



Facultad de administración y Negocios
Administración de Empresas

Trabajo de investigación:

**“La calidad de servicio de los agentes
Multired, Arequipa 2019”**

**Lino David Ccolque Quispe
Milagros Rosa Payahuanca Cokche**

Para optar el grado Académico de Bachiller en
Administración de Empresas

Arequipa – Perú
2019

DEDICATORIA

Dedico primeramente a Dios por la constancia que me da día a día,
a mi familia quienes fueron el principal motivo para la construcción
de mi carrera profesional y su aporte la culminación de este trabajo
de investigación.

Lino David Ccolque Quispe

Dedico esta tesis a mis padres; Herminia Cokche y Dámaso Payehuanca, ya que
siempre me han brindado su cariño y apoyo.

Y un especial agradecimiento a mi hermana Jessica, por sus consejos y palabras de
aliento. A mi esposo, por su amor y paciencia.

Milagros Rosa Payehuanca Cokche

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres su apoyo incondicional; a nuestro Asesor (Fernando Pozo Gonzales) por su enseñanza y colaboración en la finalización de nuestro trabajo de investigación. Asimismo, a nuestra Universidad Tecnológica del Perú por brindarme conocimientos y valores en mi crecimiento profesional.

Lino David Ccolque Quispe

Agradezco a mis padres,

Dámaso Payahuanca y Herminia Cokche, por estar siempre a mi lado.

A mi esposo amado, por estar a mi lado, apoyándome incondicional, que, con su amor y respaldo, me ayuda a alcanzar mis objetivos.

Milagros Rosa Payahuanca Cokche

RESUMEN

El estudio tuvo como finalidad determinar la calidad del servicio en los agentes Multired de la ciudad de Arequipa.

El problema principal que se identificó en la institución es que la percepción que tienen los clientes sobre los agentes Multired, es poco confiable e inseguro. Esto genera la poca concurrencia de clientes y provoca colapsos en las diferentes agencias de la entidad financiera. La metodología aplicada en nuestro trabajo de indagación es de tipo descriptiva y perceptual. El resultado de los datos estadísticos se obtuvo aplicando sobre una muestra poblacional de 372 clientes y/o clientes en Arequipa. Se utilizó el modelo SERVQUAL para obtener una medición de la calidad del servicio de los agentes Multired.

Así mismo, se logró como resultado validar de la hipótesis general, donde obtuvimos un resultado positivo. Así mismo estas cinco dimensiones analizadas con respecto a la calidad de servicio de los agentes Multired dieron un resultado positivo, con respecto a nuestra hipótesis específica.

En las cinco dimensiones se obtuvo como resultado que los clientes de los agentes Multired están parcialmente de acuerdo con el servicio brindado.

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the quality of service in Multired agents in the city of Arequipa.

The main problem that was identified in the institution is that the perception that customers have about Multired agents is unreliable and insecure. This generates the low number of clients and causes collapse in the different agencies of the financial institution. The methodology applied in our research work is descriptive and perceptual. The result of the statistical data was obtained by applying on a population sample of 372 clients and / or users in Arequipa. The SERVQUAL model was used to obtain a measurement of the quality of service of Multired agents.

Likewise, it was achieved as a result to validate the general hypothesis, where we obtained a positive result. Likewise, these five dimensions analyzed with respect to the quality of service of the Multired agents gave a positive result, with respect to our specific hypothesis.

In the five dimensions it was obtained as a result that the clients of the Multired agents partially agree with the service provided.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE ANEXOS.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
CAPITULO 1.....	12
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.1. Descripción del problema	12
1.2. Formulación del problema	12
1.2.1. Problema principal	13
1.2.2. Problema secundario	13
1.3. Objetivos de la investigación	13
1.3.1. Objetivo general	13
1.3.2. Objetivo específico.....	13
1.4. Justificación de la investigación.....	13
1.4.1. Justificación teórica	14
1.4.2. Justificación metodológica	15
1.5. Limitaciones de investigación	15
CAPÍTULO 2.....	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes del estudio	16
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	16
2.1.2. Antecedentes Nacionales	19
2.1.3. A nivel local	20
2.2. Bases teóricas	23
2.2.1. La calidad en los servicios	23
2.2.2. El método SERVQUAL	23
2.2.3. Historia del agente Multired	23
2.2.4. Crecimiento Agente Multired.....	23
2.3. Canal de atención: Agencia Multired	25
Operaciones autorizadas para atenderse en el Agente Multired	28
2.4. Definición de terminos	29
2.5. Hipótesis de la investigación.....	29
2.5.1. Hipótesis General	29
2.5.2. Hipótesis específicas	29
2.6. Variables de estudio	30
2.6.1. Definición conceptual de la variable.....	30
2.6.2. Operacionalización conceptual de variable	30
CAPÍTULO 3.....	32
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	32
3.1. Tipo y nivel de investigación	32
3.1.1. Tipo de investigación	32
3.1.2. Nivel de investigación	32
3.2. Descripción del ámbito de la investigación	32
3.3. Población y muestra	33
3.3.1. Población.....	33
3.3.2. Muestra	33
3.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	34
3.4.2. Instrumento de recolección de datos	34
3.5. Fuente de recolección de datos.....	35

3.5.1. Validez y confiabilidad del instrumento	35
3.5.2. Validez del instrumento	35
3.5.3. Confiabilidad del instrumento.....	35
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos	35
CAPITULO 4.....	36
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
4.1. Pruebas de validez y confiabilidad del instrumento.....	36
4.2. Resultados de la estadística descriptiva	36
CAPITULO 5.....	52
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	52
5.1. Discusión de resultados.....	52
CAPÍTULO 6.....	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
6.1. Conclusiones.....	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXO.....	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Crecimiento de agentes Multired.....	24
Tabla 2 Operacionalización de variables.....	31

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Operaciones de agentes Multired 2018.....	25
Figura 2 Ubicación de los agentes Multired	28
Figura 3 Edad del encuestado	37
Figura 4 Frecuencia con la que realiza operaciones en un agente Multired	37
Figura 5 Frecuencia en el servicio eficiente de los agentes Multired.....	38
Figura 6 Frecuencia de la percepción de la complementariedad de servicio en los agentes Multired.....	39
Figura 7 Frecuencia de atención rápida en los agentes Multired	40
Figura 8 Frecuencia en la satisfacción con el trato en los agentes Multired	41
Figura 9 Frecuencia de la accesibilidad en los horarios de atención de los agentes Multired.....	42
Figura 10 Frecuencia de la apreciación en los intereses de la solución de problemas en agentes Multired	43
Figura 11 Frecuencia de disposición y ayuda por parte de los operadores de los agentes Multired.....	44
Figura 12 Frecuencia de atención rápida por parte de los operadores de los agentes Multired.....	45
Figura 13 Frecuencia de seguridad en sus diferentes operaciones y/o transacciones	46
Figura 14 Frecuencia de adecuado conocimiento para responder claramente las preguntas.....	47
Figura 15 Frecuencia de la preparación e información de los operadores para orientar ..	48
Figura 16 Frecuencia de equipamiento y tecnología adecuada	49
Figura 17 Frecuencia de las instalaciones, visualmente atractivas de los agentes	50
Figura 18 Frecuencia del personal de apariencia ordenada.....	51

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Instrumento de la encuesta.....	62
Anexo 2 Ficha validación de instrumento.....	63
Anexo 3 Resultado del instrumento	69
Anexo 4 Tabla de frecuencia	71
Anexo 5 Resultados de la investigación.....	80

INTRODUCCIÓN

En el Perú, existen diversas instituciones financieras, donde varias entidades financieras batallan por mantener un mayor porcentaje de mercado.

De esta manera, los clientes buscan una entidad bancaria que cumplan con sus necesidades, donde ofrezcan mejores tasas de interés y una eficiente atención al cliente.

En la actualidad las empresas buscan otras alternativas y diversificarse de las demás entidades financieras, en los diferentes aspectos apostando por el cliente como el principal usuario para el crecimiento de la empresa, de esta manera poder fidelizarlos y mantenerlos satisfechos.

El estudio se enfocó en determinar la calidad del servicio en Agentes Multired en la ciudad de Arequipa, porque es una buena alternativa para los clientes utilizar este medio ya que les facilita realizar varias operaciones y reducir el tiempo de espera. El Agente Multired se implementó el 10 de julio del 2012 en la ciudad de Arequipa, que permite llevar innovación y tecnología a los lugares más alejados de la ciudad. Asimismo, los clientes y la población puedan realizar diferentes transacciones y pagos de servicios. Los agentes Multired prestan servicios en los diferentes establecimientos tales como: farmacia, bodega, ferretería, etc.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

Los agentes Multired fueron creados para mejorar el servicio de la entidad financiera. La percepción que tienen los clientes sobre los agentes Multired es poco confiable e inseguro en las diferentes operaciones. Es por eso por lo que no tienen interés alguno en utilizar estos agentes y buscan otras alternativas. Esto genera la poca concurrencia de clientes y provoca colapsos en las diferentes agencias de la entidad bancaria.

Se espera superar la problemática antes descrita evidenciada en el funcionamiento de los agentes Multired en la ciudad de Arequipa, a través de la atención oportuna, facilitando acceso a sus servicios, reduciendo riesgos y evitando la evasión. Por medio de estos canales alternos podrán realizar diferentes operaciones como: Pagos de servicios, retiros, transferencias, recargas, pago de entidades públicas, etc.

1.2. Formulación del problema

A continuación, se plantearán interrogantes que guían el estudio:

1.2.1. Problema principal

- ¿Cuál es la calidad del servicio de los Agentes Multired en Arequipa 2019?

1.2.2. Problema secundario

- ¿Es confiable el agente Multired en Arequipa?
- ¿Es empático el agente Multired en Arequipa?
- ¿Tiene capacidad de respuesta el agente Multired en Arequipa?
- ¿Ofrece seguridad el agente Multired en Arequipa?
- ¿Se percibe los elementos tangibles del agente Multired en Arequipa?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la calidad del servicio de los agentes Multired en Arequipa.

1.3.2. Objetivo específico

- Determinar si es confiable el agente Multired en Arequipa.
- Determinar si es empático el agente Multired en Arequipa.
- Establecer si tiene capacidad de respuesta el agente Multired en Arequipa.
- Determinar si ofrece seguridad el agente Multired en Arequipa.
- Definir los elementos tangibles del agente Multired en Arequipa.

1.4. Justificación de la investigación

Se busca identificar y dar a conocer la calidad del servicio de los agentes Multired, debido a percepción negativa del servicio, el desconocimiento y la poca información e inseguridad de los clientes.

El presente trabajo pretende cambiar la percepción del cliente de los Agentes Multired de manera positiva, logrando corresponder a las necesidades del cliente final. En los últimos años el Banco de la Nación -BN, cuenta con canales de atención alternos como Agentes Multired; medios por los cuales, el cliente realiza una secuencia de

operaciones ayudando a descongestionar procesos dentro de la entidad financiera.

1.4.1. Justificación teórica

Calidad en el servicio

Según Bolton y Drew (1991) conceptualizan la calidad en el servicio como un modo actitudinal para la organización y sus servicios; se plantea un esquema para medir la calidad del servicio según el incumplimiento de las expectativas, proponiendo un modelo de varias etapas de los cuales se realizan una exhaustiva evaluación del servicio, de tal forma que se evalúa en varios periodos que están directamente relacionadas: Las variables que evalúan dicho rendimiento son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, dimensiones de la empatía y finalmente experiencias de diferentes empresas.

Según el Modelo de Bitner, la percepción del modelo es el resultado de una experiencia de satisfacción e insatisfacción. Según la autora determina que la no confirmación de las expectativas se da entre un análisis concluyente de la prestación del servicio.

Satisfacción del cliente

SERVQUAL utiliza un grado para explicar los mecanismos y dimensiones que establecen las perspectivas del cliente desde el enfoque de sus necesidades personales.

Canales alternos

Estos canales son de suma importancia y está probada en toda Latinoamérica, los clientes que tienen mayores ingresos prácticamente no visitan la sucursal, porque la entidad financiera le ofrece múltiples alternativas como: Agentes, Banca celular, página WEB y APP. Para afrontar los diferentes inconvenientes que se da en las entidades bancarias, se debe crear más centros de atención que brinden mayor seguridad y una buena atención al cliente, y

consecuentemente de debe lograr aumentar la fidelidad y lealtad del usuario [1].

1.4.2. Justificación metodológica

El estudio utilizó el método del cuestionario y como instrumento la encuesta; los datos fueron validados con ayuda de los expertos en esta materia, que servirá de ayuda para futuras investigaciones.

1.5. Limitaciones de investigación

A continuación, se identificaron las siguientes limitaciones:

- La falta de datos confiables como: Información limitada en internet, artículos, datos estadísticos, fuentes, ya que no hay ningún estudio previo a lo que este trabajo está dirigido.
- El poco interés de personas de avanzada edad frente a las encuestas aplicadas, debido al desconocimiento de la investigación, dificultó realizar las encuestas.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

De acuerdo con Iribarne [2] en la investigación titulada “Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y atención al cliente minorista en una entidad financiera. Un análisis empírico desde la percepción de los empleados” [2, p. 01] que se realizó en centro de estudios superiores de Oberta Catalunya para lograr sustentar el grado de Doctor; la técnica que se utilizó para esta investigación fue el cuestionario, el objetivo general es, el análisis de las fuentes, los determinantes, del volumen y la eficiencia de los activos inmobiliarios en Catalunya, en el contexto de los profundos cambios en la estructura los mercados financieros. La cual concluye que las direcciones de las personas en las empresas configuran tal vez el mayor determinante del rendimiento en la industria de los servicios siendo mayor. Ello se debe, por una parte, a la contribución que el factor humano tiene en los costes de producción y por la otra a la intensidad de la relación existente que se da entre los trabajadores y clientes en la industria [2].

Por otro lado, Gijón [3] realizó investigación de tesis titulada: “Percepción de los clientes individuales de los servicios de internet y telefonía móvil en España y el Reino Unido” [3, p. 01], en la Universidad Complutense de Madrid, destinado a lograr el grado de Doctor. El objetivo fue identificar “factores determinantes de la satisfacción de los clientes” [3, p. 05]. Es una investigación de carácter descriptivo. Concluyo que este estudio sugiere la necesidad de más investigación sobre este y otros temas relacionados. Una futura agenda de investigación incluiría un estudio sobre las determinantes quejas de los consumidores de operadores de telefonía móvil y continuar con el análisis de investigación relacionado en dispositivos móviles [3, p. 85].

Protección del consumidor de telecomunicaciones en España en comparación con otros países europeos. Un tercer tema es el estudio de los índices de satisfacción reportados por SMREC 2013 para analizar las razones detrás de la significativa disminución en la satisfacción de 2011 y por qué hubo una brecha tan grande entre España y Europa en 2011 y 2012 [3, p. 85].

Según Sánchez [4] con su tesis titulada “Percepción ciudadana y profesional sobre los servicios sociales Municipales: Satisfacción con la gestión de calidad en Castilla-La Mancha” [4, p. 1] con la intención de “conocer la evolución reciente de los servicios sociales en Castilla-la mancha (...), prestando especial atención al SIVO, como servicio de atención primaria (...)” [4, p. 175].

Las conclusiones expresan estancamiento en “elementos de debate sobre los servicios sociales; se resaltó el sistema utilizado, donde la atención que allí se ofrezca dependerá en gran medida la imagen que los trabajadores” [4, p. 175].

García [5] realizó investigación sobre: “Efectos de la calidad de los servicios y de la satisfacción del cliente sobre la fidelidad de los servicios oficiales de posventa de automoción Españoles” [5, p. 01], para la Universidad de Alcalá destinado a optar el grado de Doctor en Economía Aplicada. Los fines de estudio fueron “estudiar las relaciones causales entre calidad de servicio (...) teniendo en cuenta factores que puedan influir en dichas relaciones” [5, p. 427].

Se logra confirmar “(...) la existencia de una correlación significativa entre satisfacción y calidad de servicio” [5, p. 427].

Con respecto a Moros [6], en el estudio “Impacto de las nuevas tecnologías en la calidad de servicio del sector bancario y su influencia en la satisfacción del cliente. Caso de estudio: Banco Sofitasa-Venezuela” [6, p. 01], para la Universidad de Deusto. La metodología aplicada fue el análisis de un estudio de caso. Concluye que las TIC han cambiado la manera de hacer las cosas, con gran impacto a nivel de la comunidad global, logrando romper fronteras, mediante el intercambio de información y conocimientos en tiempo real Las TIC se han “convertido en un factor diferenciador entre las empresas, siendo un elemento importante para incentivar la competencia, debido a que cada vez el cliente maneja más información y tiene más herramientas que le permiten su comprensión” [6, p. 237].

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Con respecto a Holguín, Leva & Carreón [7] en la investigación titulada “Calidad percibida en el servicio al cliente en el sector de supermercados en la ciudad del Cusco” [7, p. 1], realizado para la PUCP. El objetivo propuesto fue “determinar el impacto de las dimensiones del modelo CALSUPER en la calidad percibida de (...)” [7, p. 4]. Es un estudio correlacional, no experimental.

Se concluye que existe impacto positivo en la aplicación del modelo CALSUPER, correlacionándose con cada una de las dimensiones en medición [7, p. 4].

La investigación realizada por Martínez [8] bajo el título: “Aplicación del modelo SERVQUAL en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad del servicio” [8, p. 01], realizado en la UNMSM con la intención de optar al título de Ingeniería Industrial. El objetivo del estudio fue aplicar el modelo de calidad de servicio al sector de transporte público [8, p. 9]

Se concluye que el instrumento, determina la calidad de acuerdo con las percepciones y expectativas del cliente: está caracterizada como muy buena en validez y excelente en fiabilidad [8].

Los investigadores Ríos & Vilca Huamán [9] estudiaron las “Estrategias de marketing experiencial que influye en la percepción del cliente de la tienda retail Oeschle Huancayo” [9, p. 01] realizado en la Universidad Nacional del Centro del Perú, con la intención de evaluar “las estrategias de Marketing Experiencial influyen en la percepción del cliente de la tienda Retail Oechsle Huancayo” [9, p. 351].

Se concluye que las diferentes estrategias utilizadas de acuerdo con las

dimensiones de estudio influyeron favorablemente en las percepciones de cliente final [9, p. 351].

Por otro lado, Vilches [10] realizó estudio sobre “La percepción del cliente sobre la Calidad del Servicio en el BCP Agencia Trujillo 2017” [10, p. 9] para la Universidad Cesar Vallejo, bajo la premisa que busca “determinar la percepción de la calidad del servicio en las agencias del BCP en la ciudad de Trujillo [10, p. 05]. Se logra concluir que las diferentes agencias del banco se alinean a la calidad del servicio [10, p. 9].

Finalmente Vásquez [11] en su tesis titulada “Percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores” [11, p. 01], realizado en la Universidad San Ignacio de Loyola para optar el título profesional de licenciado en administración hotelera. Su objetivo es “determinar la percepción sobre la calidad del servicio en los restaurantes ubicados dentro de los hoteles de cuatro estrellas de Miraflores” [11, p. 07]. Para el presente trabajo se aplicó una metodología mixta-cuantitativa y cualitativa de tipo descriptivo y transversal. Se concluyendo que los clientes están satisfechos con el servicio recibido, además se observa correlación positiva, directa y fuerte entre las diferentes dimensiones en evaluación [11, p. 138].

2.1.3.A nivel local

Como primer antecedente local tenemos el trabajo de investigación del Bach. Portugal [12] en la investigación “Análisis del servicio al cliente para el diseño de estrategias de mejora del banco Scotiabank Mercaderes Arequipa 2014” [12, p. 01], destinado a obtener el título de Ingeniero Comercial, la metodología de esta investigación fue explicativa. Los objetivos propuestos están enfocados en

analizar un conjunto de factores y componentes respecto a la gestión del servicio para obtener una medición de la percepción y la satisfacción. Esta investigación concluye que existe confiabilidad bancaria en el cumplimiento de promesas, acceso a la información. Finalmente, la entidad bancaria debe implementar varias estrategias de calidad en sus diferentes áreas [12, p. 5]

Así mismo Salazar [13] quien realizó investigación sobre “Percepción de los clientes del hospital infantil Tony Molleapaza Rojas, Paz Holandesa sobre la calidad de sus servicios. Arequipa 2013” [13, p. 1], para adquirir al título de comunicación Social. La metodología es de enfoque cuantitativa. Su objetivo es saber que piensan los usuario o cliente acerca del servicio del banco, saber si el servicio ofrecido es fiable, determinar si la seguridad y la capacidad de respuesta brindada por el hospital. Concluyendo que los clientes del Hospital tienen una excelente percepción respecto a los servicios ofertados, la mayoría de los clientes opinaron que el servicio es muy bueno y con un alto grado de seguridad [13, p. 1].

Por otro lado, Valencia [14] con su trabajo de investigación “Percepción de los clientes de la empresa Saga Falabella sobre sus estrategias de tipo de marketing on-line. Arequipa, 2015” [14, p. 6]. La metodología que se aplicó en este trabajo es una investigación científica. El objetivo de esta investigación es conocer que piensa los clientes de Saga Falabella acerca de servicios que brinda esta empresa obteniendo una aceptación por parte de los clientes respecto del marketing one to one. Concluyendo que la empresa ha realizado el marketing en varias estrategias para ampliar su mercado, alcanzando un mayor posicionamiento y promoviendo sus productos [14, p. 6].

Seguidamente en el estudio de Núñez [15] titulado “Percepción de la medición

de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente: Análisis empírico del retailing Mall Aventura Plaza Arequipa 2013” se usó el método SERVQUAL, con la intención de “medir la percepción respecto a los servicios y el grado de satisfacción de los clientes” [15, p. 3]. Concluye un análisis de calificación adquirida en cada una de las dimensiones desarrolladas es satisfactorio por el público, sin embargo, es necesario realizar una discoteca, un centro de recreación para jóvenes [15, p. 3].

Finalmente el trabajo de investigación del Lic. Acevedo [16] quien realizó el estudio “Percepción de la calidad de los servicios de los clientes de una empresa exportadora privada de Lima” [16, p. 01] para alcanzar el título de licenciado en Administración, la metodología de este trabajo fue descriptivo. El objetivo final fue “determinar el grado de calidad del servicio” [16, p. 05]; las conclusiones finales resultantes fueron que un 90% de clientes perciben un nivel aceptable en la calidad ofertada por la empresa exportadora. Los resultados finales fueron que el 95% de los clientes encuestados con un alto nivel de satisfacción según diferentes dimensiones de medición como son: empatía, capacidad de respuesta, empatía y responsabilidad [16, p. 113].

2.2. Bases teóricas

2.2.1. La calidad en los servicios

Es un factor diferenciable y mide la generalidad de las condiciones propias de los producto y/o servicio, con el fin de enriquecer las experiencias del cliente. Asimismo, excede las expectativas del usuario. A su vez es sustancioso ofrecer un servicio que satisfaga a los clientes, que se encuentran presentes en los diferentes modelos de calidad [17, p. 1270].

En el sector bancario constituye un elemento principal de diferenciación. Asimismo, la satisfacción del cliente y su fidelidad se ha transformado en un arma estratégica para las organizaciones [18, p. 1677].

2.2.2.1 método SERVQUAL

Desde las década los años 80, aparece el método SERVQUAL para medir la calidad de servicio; es considerado una de las primeras herramienta para medir las expectativas del cliente, esto indica que el cliente califica si el servicio fue excelente y la segunda herramienta deduce la percepción del servicio que acaba de tomar [19, p. 2255].

2.2.3. Historia del agente Multired

Los agentes Multired se crearon en el año 2009, se inició con el nombre “Rapidito”, permiten “interpretar pagos de impuestos, así como también de tasas de instituciones públicas: pagos de antecedentes penales y judiciales, visa, brevete y otros” [20].

En una primera etapa, el servicio operó en la red de tiendas CARSA. A diciembre realizaron 9 313 transacciones. Además, en una segunda etapa, se podrán efectuar otros servicios como: Retiros, depósitos, pago de servicios, transferencias, etc. [20].

2.2.4. Crecimiento agente Multired

En la Tabla 1 se puede apreciar el total de agentes que corresponde a diciembre

del 2018, se estima un total de 10340 Agentes Multired, de los cuales 3174 (30,7%) se encuentran en lima y 7166 (69,3%) en diferentes provincias según [20].

Tabla 1 Crecimiento de agentes Multired

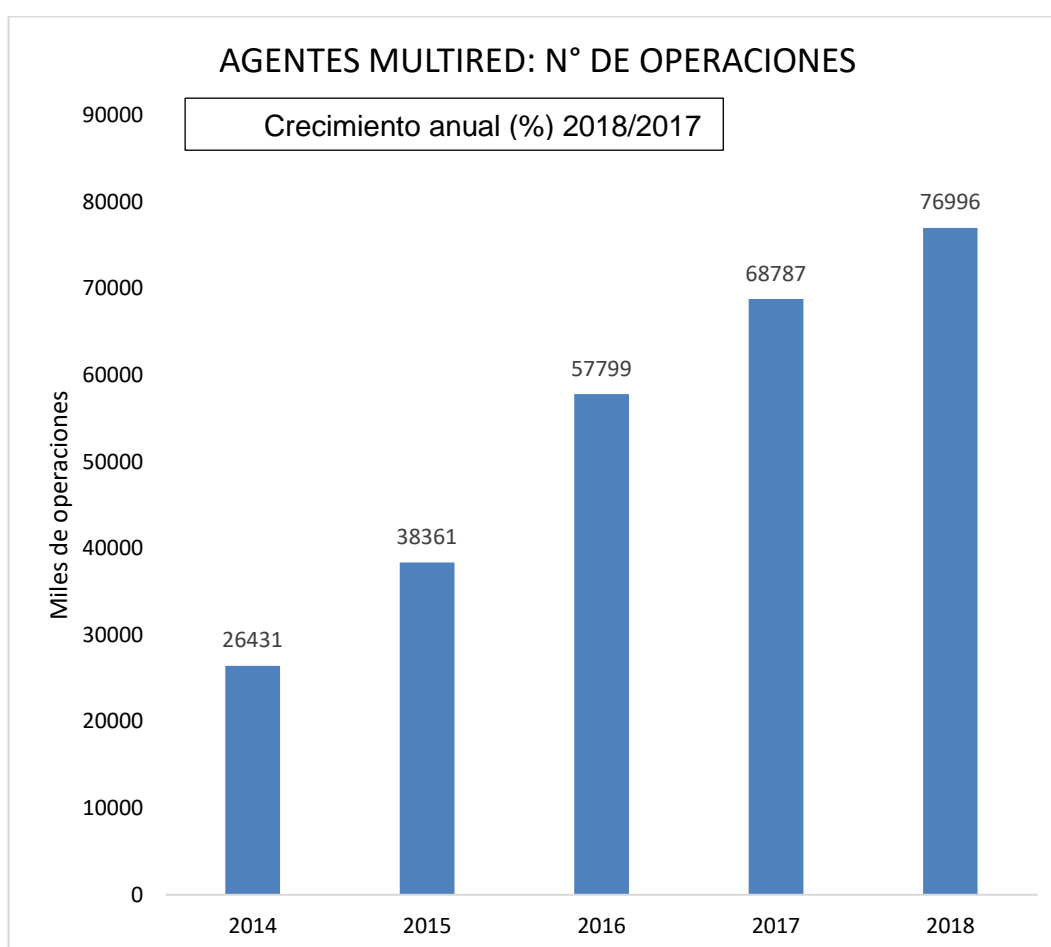
TABLA DE LOS AGENTES MULTIREDA A NIVEL NACIONAL					
Año	2014	2015	2016	2017	2018
Lima	1 148	1 520	1 385	1 730	3 174
Provincias	2 603	3 746	4 257	5 342	7 166
Total	3 751	5 266	5 642	7 072	10 340

Fuente: Banco de la Nación [21]

En la Figura 1 se aprecia las operaciones en agentes, las mismas que aumentaron en 11,9% con respecto al año 2018. Los resultados fueron positivos, disminuyendo el tiempos en la recaudación, especialmente en lugares geográficos sin posición bancaria [20].

Asimismo, durante el año se efectuaron nuevas operaciones: con tarjeta de crédito como: Retiros, pago, consulta de saldos. [20].

Figura 1 Operaciones de agentes Multired 2018



Fuente. Banco de la Nación

2.3. Canal de atención: agencia Multired

El objetivo de los agentes Multired es “implementar el canal de atención del Cajero Corresponsal, denominado Agente Multired” [22].

Agente Multired

Es una designación comercial determinada por el BN con la cual se identifica un punto de venta del servicio. Los responsables del servicio son personas naturales o jurídicas diferentes a los del sistema financiero, que acorde a un acuerdo, pueden proporcionar determinadas operaciones y servicios [23].

Cliente y Cajero corresponsal

El cliente denominado como persona natural que puede acceder a una cuenta de

ahorro y crédito por el cual utiliza los servicios ofrecidos por la entidad financiera. El cajero corresponsal utiliza. El cajero corresponsal utiliza una única cuenta, para realizar: Abonos y cargos en líneas afiliados a la atención de transacciones y depósitos [22].

Incidencia operativa y tecnológica

Los sucesos forjados por los fallos del POS como: problemas de comunicación, desabastecimiento de rollos de papel y desconocimiento de la funcionalidad del POS. Con respecto al acontecimiento tecnológico se genera las incidencias en el sistema de la entidad financiera, tales como: Caídas de línea, fallos tecnológicos, las cuales provocan pérdidas económicas en los agentes Multired [22].

Los límites operacionales de los movimientos superiores que se pueden aplicar en un agente, dichos términos son establecidos por cada operación, que realiza un cliente en el transcurso del día, no excediendo el monto máximo permitido en un cajero corresponsal. Por la seguridad y el bienestar del cliente [22].

Reclamo

La información que brinda el cliente a través de distintos canales de atención como: Agentes, banca celular, de esta manera expresa su insatisfacción con el servicio recibido [22].

Usuario

Es la persona natural que no tiene relación con la entidad financiera, el cual puede recurrir a los servicios que brinda la empresa.

Los siguientes puntos son:

- El agente realiza las siguientes transacciones: consulta de saldos, pago de tasas, depósitos, transferencias y entre otros servicios.
- El agente debe guardar los avisos publicitarios en zonas estratégicamente perceptibles para la identificación del canal de atención.
- Los agentes Multired deben contar con capital suficiente para la realización de transacciones y además contar con una cuenta de control [22].

Perfil del Agente Multired

Los negocios deben ser de alta concurrencia y solvencia económica que garanticen la buena atención a los clientes. Se prevalece la instalación en negocios como: Bodega, ferretería, librerías, farmacia, centros comerciales, centro de abarrotes. Son establecimientos donde se ubican los agentes Multired [22].

Ubicación referencial de los agentes Multired

Figura 2 Ubicación de los agentes Multired



Fuente: Google Maps

Operaciones realizadas en agentes

Las siguientes operaciones que se dan a traves de este canal son:

- Los procedimientos de la tarjeta Multired son: Consulta de saldo, depósitos con tarjeta, transferencias, retiro de efectivo.
- Otras operaciones (en efectivo o con cargo en cuenta)
- Recargas
- Cancelación de servicios
- Tasas en entidades públicas: IMPE, RENIEC , MTC, Sanidad, etc.
- Pago de otras instituciones que tiene vinculo con el banco: Productos de belleza, Universidades, Empresas financieras
- Pago SUNAT
- FONAVI. (BN, 2019), Operaciones detalladas ver en el Anexo 7

2.4. Definición de términos

Agentes Multired: Es el medio de atención que realiza transacciones si la necesidad de recurrir a las agencias bancarias.

Calidad del servicio y la percepción del cliente: se define como medición de “percepciones, las necesidades y los objetivos de los clientes. Todo ello implica que la calidad percibida está muy relacionada con las características del objeto y/o servicio” [24].

POINT OF SALE (POS): Hace referencia al “equipo (terminal) interconectado a una red de procesamiento de transacciones y datos” [22].

2.5. Hipótesis

2.5.1. Hipótesis General

- Es probable que la calidad del servicio de los agentes Multired sea positiva.

2.5.2. Hipótesis específicas

- Es posible que los agentes Multired sean confiables para los clientes en Arequipa.
- Es posible que los agentes Multired sean empáticos para los clientes en Arequipa.
- Es probable que los agentes Multired tengan capacidad de respuesta para los clientes en Arequipa.
- Es posible que los agentes Multired ofrezcan seguridad a los clientes en Arequipa.
- Son perceptibles los elementos tangibles de los agentes Multired en Arequipa.

2.6. Variables de estudio

Calidad del servicio

2.6.1. Definición conceptual de la variable

Calidad de servicio: Los autores Parasuraman, Zeithamy y Berry (1988,1990), Promovieron la etapa cuantitativa, con el propósito de realizar un modelo de instrumento que permita valorar la percepción del cliente.

2.6.2. Operacionalización conceptual de variable

“LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGENTES MULTIRED, AREQUIPA 2019”

Tabla 2 Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
Calidad de servicio	Según, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988, 1990), se indujeron en la fase cuantitativa de la investigación, con el propósito de desarrollar un instrumento que permitiese medir las percepciones de los usuarios sobre la calidad de los servicios.	Confiabilidad	Eficiencia
			Realización de servicio
			Plazo de atención
		Empatía	Buen trato
	Horas de atención		
	Interés en los clientes		
	La denominación SERVQUAL permitió aproximarse a la medición de la calidad de un servicio de la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente y como consecuencia en esta correlación se procedió a la consolidación de alguno de los ítems: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Capacidad de	Disposición a la ayuda
		respuesta	Rápida atención
		Seguridad	Seguridad en transacciones
			Resolución de dudas
Confianza en la orientación a los clientes			
Redacta, Lloréns Montes, F. J. (1995). <i>Un análisis de la importancia relativa que tienen las dimensiones de la calidad de servicio en la percepción del cliente</i> , [24, p. 37]		Elementos	Equipamiento moderno
	Tangibles	Instalaciones visualmente atractivas	
		Apariencia ordenada del personal	

Fuente: propia

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Es un estudio de nivel descriptivo, por medio del cual se narran las propiedades, características y rasgos de las dimensiones en estudio, asimismo describe los rasgos de una población y su segmento de interés de los agentes Multired en Arequipa.

3.1.2. Nivel de investigación

En cuanto al estudio de investigación es de nivel perceptual puesto que implica Noción externa, para reducir aquellos elementos que reflejan evidencias, su rasgo principal es presentar una definición apropiada acerca de la percepción del cliente.

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

Campo de estudio: Gestión comercial

Área: Finanzas

Título: La calidad de servicio de los agentes Multired, Arequipa 2019

País: Perú

Distrito: Arequipa

Año: 2019

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Se ha establecido en función a la cantidad de número de operaciones que realizan por año, que son aproximadamente 420,000. Los últimos tres años, se estiman unas 35 000 operaciones mensuales, las mismas que pueden ser generadas por una persona hasta cinco operaciones por visita a un Multired. Se establece para esta investigación considerar tres operaciones promedio por cliente dando como posible población 11,000 clientes/clientes del servicio del Agente Multired.

3.3.2. Muestra

La muestra realizada en nuestra investigación está establecida por los clientes/clientes que tienen los agentes Multired.

$$\text{Formula para el Tamaño de muestra} = \frac{\frac{z^2 * p(1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 * p(1 - p)}{e^2 N}\right)}$$

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza. Donde se obtiene un Z=1.96

P: Probabilidad de éxito 0.5

E: Nivel de error, 5%

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{e^2}}{1 + \left(\frac{1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{0.05^2 11000}\right)}$$

Como resultado de la aplicación de la prueba estadística, se ha obtenido una muestra de 372 encuestas.

Categorías según el número de operaciones en los agentes Multired

Considerando que en la ciudad de Arequipa se encuentran un total de 159 agentes. Para esta investigación solo consideraremos a ciertas categorías de agentes, como categoría encontramos:

Categoría Oro: Estas categorías están definidas por el número de operaciones mensualmente que superan las 3 001 operaciones.

Categoría plata: Estas categorías están definidas por el número de operaciones mensualmente que superan los 1 001 a 3 000 operaciones.

Categoría bronce: Estas categorías están definidas por el número de operaciones mensualmente que superan los 201 a 1 000 operaciones.

Las categorías que consideramos en nuestra encuesta son oro, plata, bronce, todo los que se ubican en Arequipa que realizan mayor número de operaciones mensuales, en total son 35 agentes.

3.4. Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos

Se utilizó la técnica de las encuestas dado que, nos ayuda a realizar el seguimiento respecto a los parámetros de referencia.

Se realizó un promedio 11 encuestas por agente en Arequipa iniciando el día 10/07/2019 y finalizando el 18/07/2019, de esta manera se completó el total de 372 encuestas.

3.4.2. Instrumento de recolección de datos

Para realizar la encuesta se utilizó una ficha de recolección de datos mediante escala de Likert, ver Anexo 1.

3.5. Fuente de recolección de datos

3.5.1. Validez y confiabilidad del instrumento

3.5.2. Validez del instrumento

En la validación del instrumento, se consultó a tres asesores que tienen conocimiento del tema, ya que ha sido validado por los asesores como: Mg. Úrsula Alfaro Pomareda de Ramos, Mg. David Jericó Barreto Olmedo y Lic. Diego Bautista Fernández Gambarini, como se aprecia en el anexo 2.

3.5.3. Confiabilidad del instrumento

El programa SPSS versión 21 permitió validar el instrumentos a través de la prueba estadística alfa de Cronbach, obteniendo un resultado similar a 0,911, lo cual evidencia la característica del instrumento, (Anexo 3).

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

Recolección

En la primera etapa se realizó la encuesta a los clientes de los agentes Multired con la intención de recolectar datos a través de un formulario tipo escala de Likert.

Tabulación

Con respecto a la investigación se deben introducir datos al ordenador, que son procedentes de las respuestas de la aplicación de la encuesta. Para asignar código, valor numérico o los valores faltantes aquellos que no han sido registrados u observados. Una vez recolectados los datos que se han obtenido de la encuesta se realiza la operación de vaciado de datos al programa.

Procesamiento

Se utilizó el paquete estadístico SPSS 21 para la validación y relación de los datos de una variable con el resultado de investigación

Análisis

El análisis se realiza en coherencia con los resultados evidenciados en tablas y figuras.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Pruebas de validez y confiabilidad

Los instrumentos fueron validados por especialistas en investigación (Anexo 3).

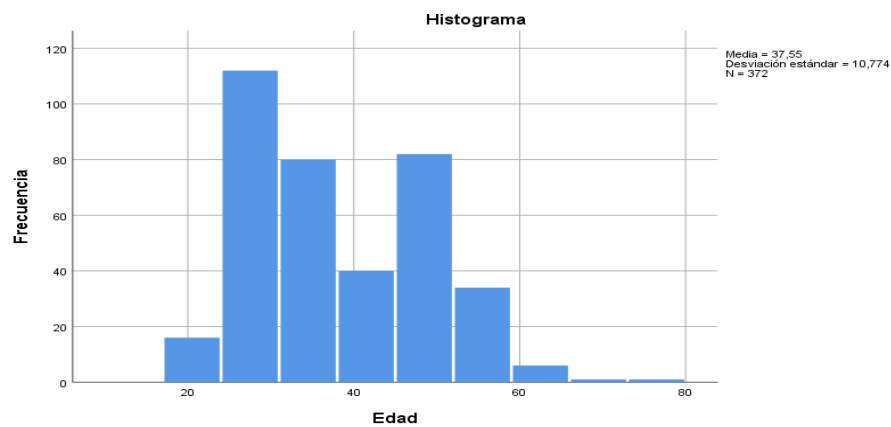
La confiabilidad se demostró a través de la prueba de alfa de Cronbach (Anexo 2).

4.2. Resultados: Estadística Descriptiva

Posterior al proceso de tabulación de datos, se realizó el procesamiento de la información con estadística descriptiva, según frecuencias absolutas y relativas, las mismas que se presentan a continuación:

Edad

Figura 3 Edad del encuestado



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Figura 3, el 27,2% de clientes con un promedio de edad de 24 a 29 años utilizan frecuentemente el servicio de los agentes Multired.

Pregunta 1: Frecuencia de uso

Figura 4 Frecuencia con la que realiza operaciones en un agente Multired



Fuente: Elaboración propia

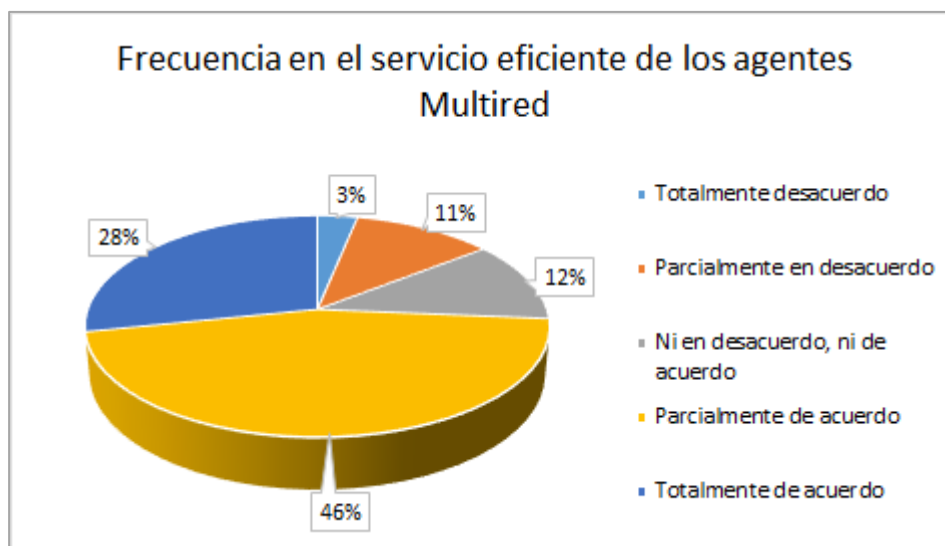
Como se aprecia en la Figura 4, los clientes de los agentes Multired realizan más operaciones mensualmente, de 104 clientes 53 son mujeres y 47 son hombres, quien realiza la mayor cantidad de operaciones son del sexo femenino. De igual manera, 100

clientes encuestados realizan operaciones quincenalmente.

Dimensión confiabilidad

Pregunta 2: Servicio eficiente de los agentes Multired

Figura 5 Frecuencia en el servicio eficiente de los agentes Multired



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Figura 5, los clientes de diferentes Agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, con el servicio de 35 agentes ubicados en Arequipa, el agente que tiene mayor índice, su código es 3505030 como se aprecia en el Anexo 6. En la Figura 5, los clientes de los Agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo con el servicio de 32 agentes ubicados en Arequipa, el agente que tiene un mayor índice es el agente “Santa Natura” de categoría Bronce.

Los agentes encuestados brindan un servicio que no es bueno ni malo, ya que dichos agentes no cuentan con la capacidad para realizar un buen servicio.

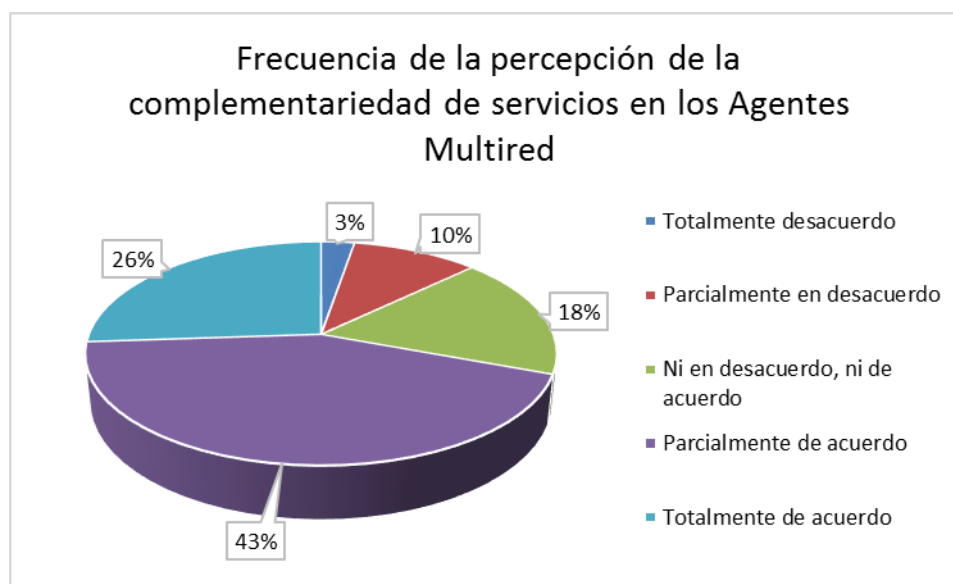
En la Figura 5, los clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo con el servicio de 35 agentes debido a que brindan un servicio deficiente.

Los 11 agentes ubicados en Arequipa no brindan un servicio eficiente, es por eso que los clientes están totalmente en desacuerdo, debido a que tienen dos o tres agentes diferentes, es decir, de otras instituciones financieras que atender, según lo observado

en la encuesta realizada.

Pregunta 3: Complementariedad de servicios en los Agentes Multired.

Figura 6 Frecuencia de la percepción de la complementariedad de servicio en los agentes Multired



Fuente: *Elaboración propia*

En la figura 6, los clientes de dichos agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, esto se debe a que otros agentes de otras entidades financieras brindan servicios similares, el agente de código 3513004 tiene el conocimiento de la complementariedad del servicio, como se aprecia en el Anexo 6.

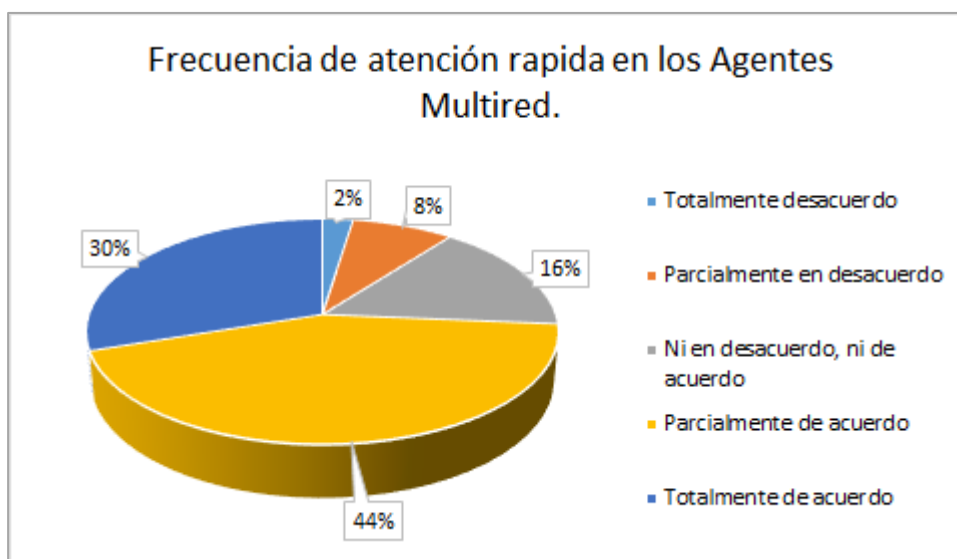
Según la Figura, los clientes de los Agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con el servicio de 33 agentes ubicados en Arequipa, el agente que tiene mayor conocimiento de los servicios es "Gladys Hallasi" de la categoría Bronce.

66 clientes encuestados no están ni en desacuerdo, ni de acuerdo con la complementariedad del servicio de 28 agentes ubicados en Arequipa.

Los clientes encuestados consideran estar parcialmente en desacuerdo con el servicio de 23 agentes, con respecto a que estos agentes tienen desconocimiento sobre los servicios que se brindan en los Agentes Multired.

Pregunta 4: Atención rápida en los Agentes Multired.

Figura 7 Frecuencia de atención rápida en los agentes Multired



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 7, los clientes de dichos agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, esto se debe a que, en algunas instalaciones se genera incidencias con el POS como: fallas de equipo y problemas de comunicación (línea).

Según la Figura, los clientes de los Agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con la atención rápida de 34 agentes ubicados en Arequipa, el agente que tiene mejor índice de atención rápida es "Gladys Hallasi" de la categoría Bronce.

27 agentes no son los más rápidos en atención al cliente esto se debe a que ocurre fallos con el POS en el momento que se realiza las operaciones.

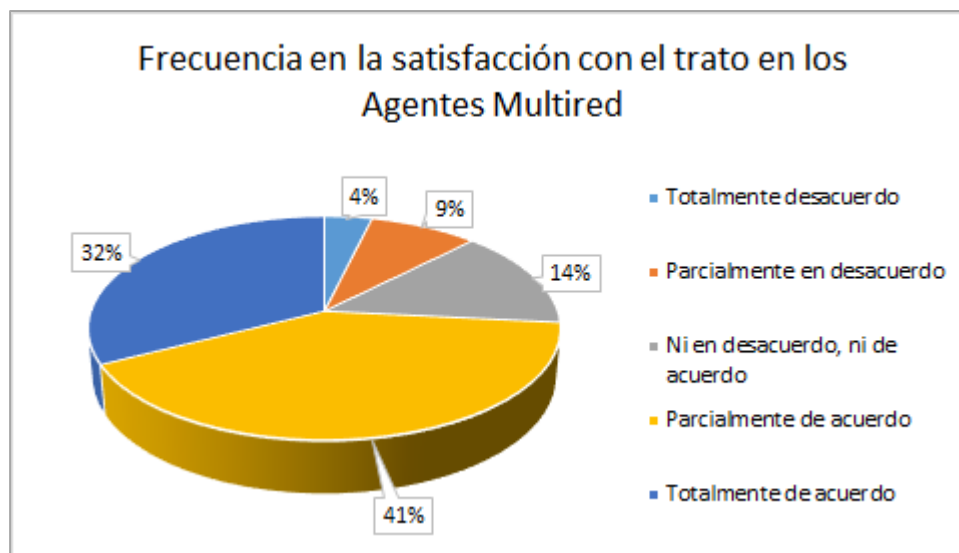
30 clientes encuestados consideran estar parcialmente en desacuerdo con la atención rápida de 19 agentes.

En resumen, 372 clientes y/o clientes encuestados están parcialmente de acuerdo con la confiabilidad que brindan los agentes Multired en Arequipa.

Dimensión Empatía

Pregunta 5: Satisfacción con el trato en los Agentes Multired

Figura 8 Frecuencia en la satisfacción con el trato en los agentes Multired



Fuente: Elaboración propia

Como podemos apreciar en la Figura 8, se muestra que los clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, con el trato que brindan 34 agentes, a razón de los inconvenientes que se generan con el sistema y la lentitud al realizar operaciones de los clientes.

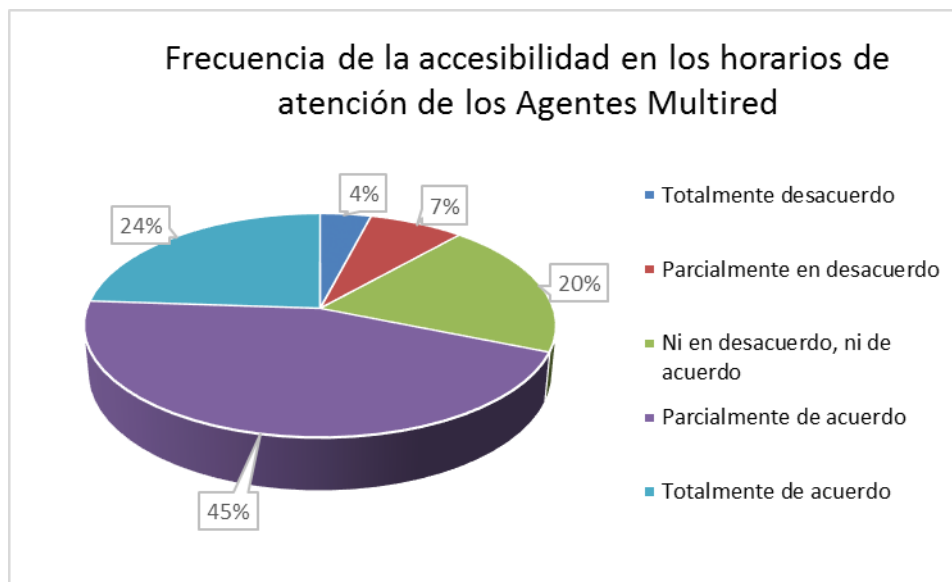
Según la Figura, los clientes de los Agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo con el trato que brindan 34 agentes ubicados en Arequipa; el agente que tiene mejor índice de satisfacción es “Minimarket el Filtro” de la categoría Bronce.

Según la Figura, 28 agentes brindan un trato regular a los clientes de los agentes Multired, por razón de no tener suficiente capital en la caja, según la apreciación expresada por los encuestados, generando una incomodidad en los clientes.

152 clientes encuestados consideran estar parcialmente en desacuerdo con el trato que brindan 21 agentes, debido a la insatisfacción del servicio.

Pregunta 6: Accesibilidad en los horarios de atención Agentes Multired

Figura 9 Frecuencia de la accesibilidad en los horarios de atención de los agentes Multired



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 9, se muestra que dichos clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo con el horario de atención de los 35 agentes, a causa de que los horarios de atención en cada negocio son diferentes.

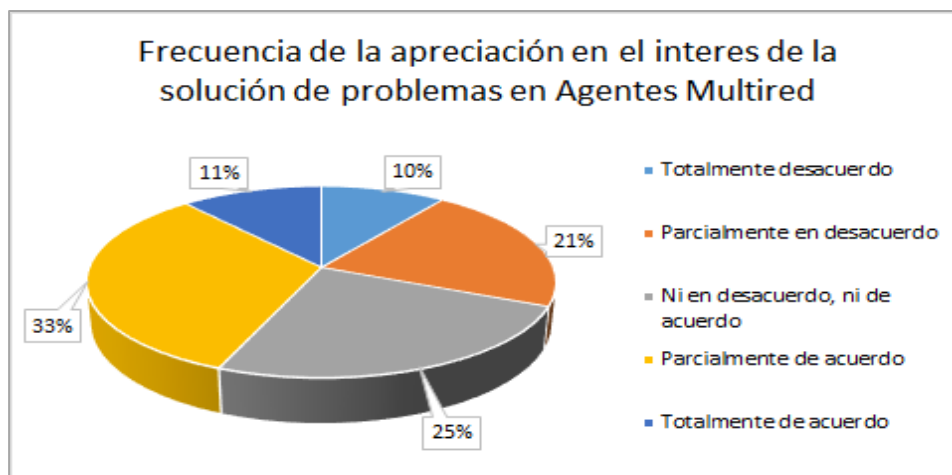
Los clientes de los Agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo con la accesibilidad de horarios, de 31 agentes ubicados en Arequipa, porque los agentes Multired atienden de lunes a domingo y a veces hasta 10:00 pm.

Son 73 clientes, que piensan que los horarios de atención son normalmente aceptables y esto se debe a que los negocios cierran temprano y no atienden los fines de semana. Los clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo con el horario de atención de 18 agentes, debido a que los negocios se atienden muy tarde y esto genera molestia en los clientes.

Según la Figura, 15 clientes encuestados manifiestan estar totalmente en desacuerdo con el horario de atención, a causa de que los operadores trabajan medio tiempo ya sea en la mañana o en la tarde según lo observado en la encuesta.

Pregunta 7: Apreciación en el interés de la solución de problemas en Agentes Multired

Figura 10 Frecuencia de la apreciación en los intereses de la solución de problemas en agentes Multired



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la Figura 10, los clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, con 35 agentes ubicados en Arequipa están pendientes de solucionar los problemas de los clientes.

Según la Figura, 92 clientes encuestados están no están ni en desacuerdo, ni de acuerdo con los operadores de los agentes Multired, que tienen conocimiento regular para solucionar problemas. Los clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo con 32 agentes, debido a que los operadores no están suficientemente capacitados.

En la Figura 10, se muestra que los clientes de los agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con cinco agentes ubicados en Arequipa, ya que se preocupan en resolver los problemas de los clientes, el agente que tiene mayor conocimiento sobre solución de problemas es “Doscar” de la categoría bronce.

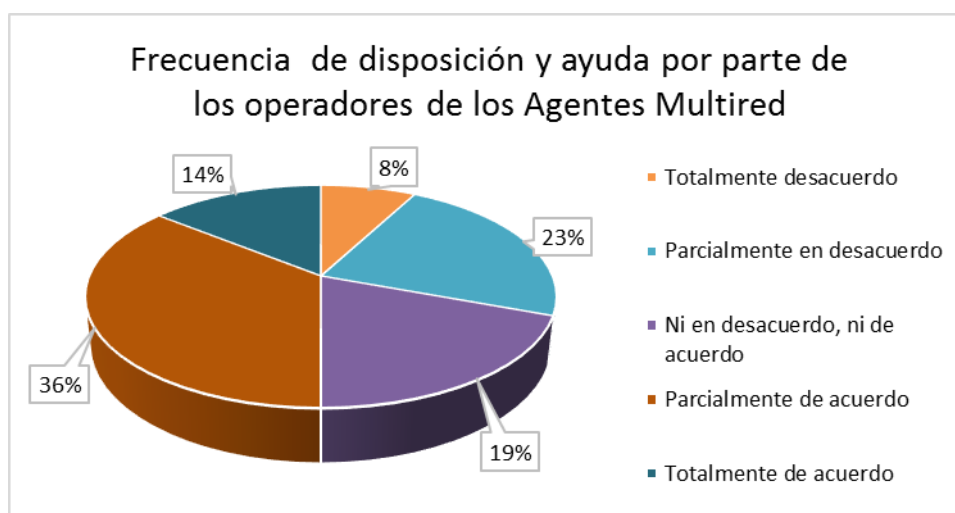
En resumen, 372 clientes y/o clientes encuestados están parcialmente de acuerdo con la empatía que brindan los agentes Multired en Arequipa. Los operadores tienen la capacidad de atender los problemas de los clientes de esta manera, se da una buena

atención al cliente minimizando los problemas que se presentan.

Dimensión capacidad de respuesta

Pregunta 8: Disposición y ayuda por parte de los operadores de los Agentes Multired

Figura 11 Frecuencia de disposición y ayuda por parte de los operadores de los agentes Multired



Fuente: elaboración propia

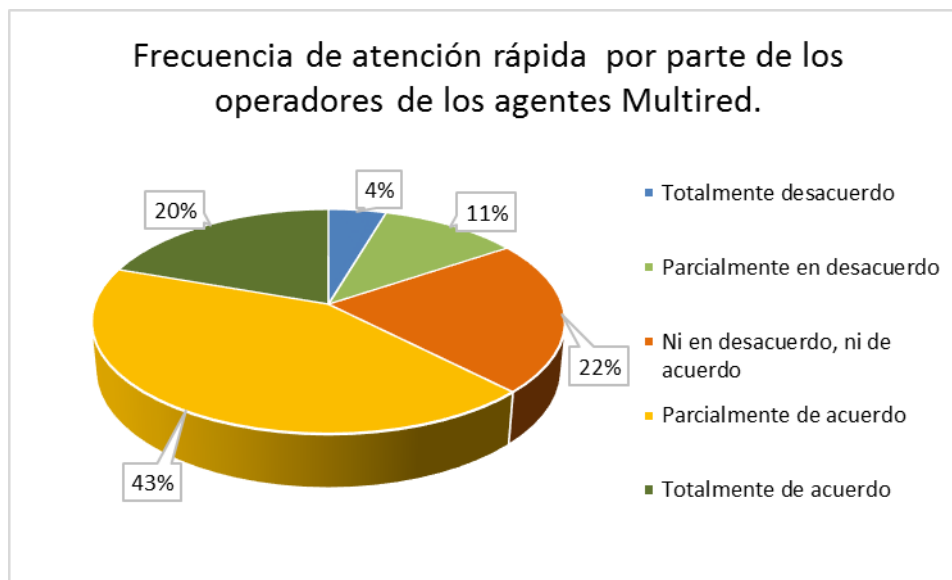
En la Figura 11, 170 clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, ya que los operadores de los agentes están preparados en brindar ayuda a los clientes.

En la Figura, 10 clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo con los operadores de los agentes Multired, ya que los agentes no están dispuestos ayudar en sus operaciones a los clientes, según la opinión de los clientes al momento de encuestarlos.

Según la Figura, 4 de 10 clientes encuestados consideran que los operadores les ayudan con sus dudas y tienen interés en ayudar a solucionar los problemas de los clientes, el agente que tiene la disposición de ayuda es “Perfumería bazar Yanet” de la categoría bronce.

Pregunta 9: Atención rápida por parte de los operadores de los agentes Multired

Figura 12 Frecuencia de atención rápida por parte de los operadores de los agentes Multired



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Figura 12, Los clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, porque los operadores brindan una atención rápida a los clientes.

Según la Figura, los clientes no están ni en desacuerdo, ni de acuerdo con la atención rápida por parte de los operadores de 30 agentes ubicados en Arequipa.

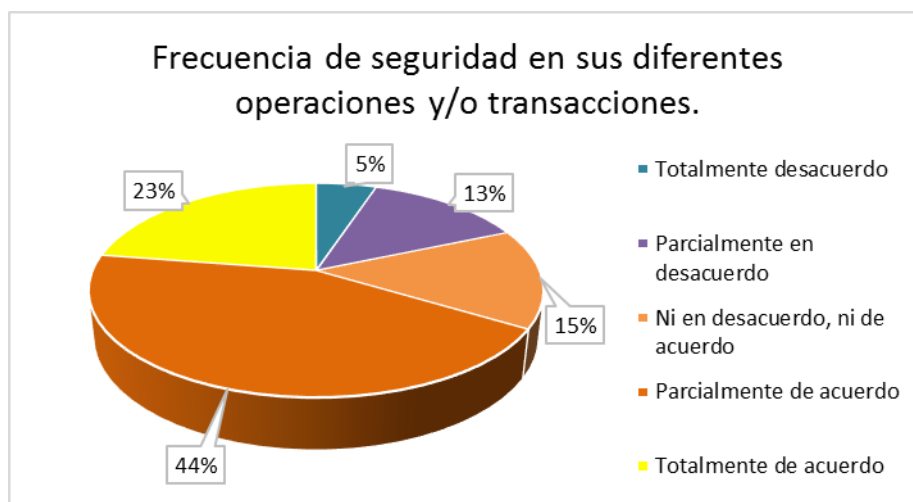
En la Figura podemos observar que los clientes de los Agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con la atención rápida de 28 agentes ubicados en Arequipa, puesto que el operador siempre se encuentra en su puesto de atención para brindar una atención rápida al cliente, el agente que tiene mayor índice de atención rápida es “Ferretería” de la categoría Bronce.

En resumen, 372 clientes y/o clientes están parcialmente de acuerdo con la capacidad de respuesta que ofrecen los agentes Multired en Arequipa. Los operadores de los agentes tienen la capacidad de respuesta para ayudar con sus dudas y brindarle una atención rápida.

Dimensión Seguridad

Pregunta 10: Seguridad en sus diferentes operaciones y/o transacciones

Figura 13 Frecuencia de seguridad en sus diferentes operaciones y/o transacciones



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 13, los clientes encuestados de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, debido a que suceden algunos errores en las operaciones y/o transacciones que realizan los clientes en los agentes.

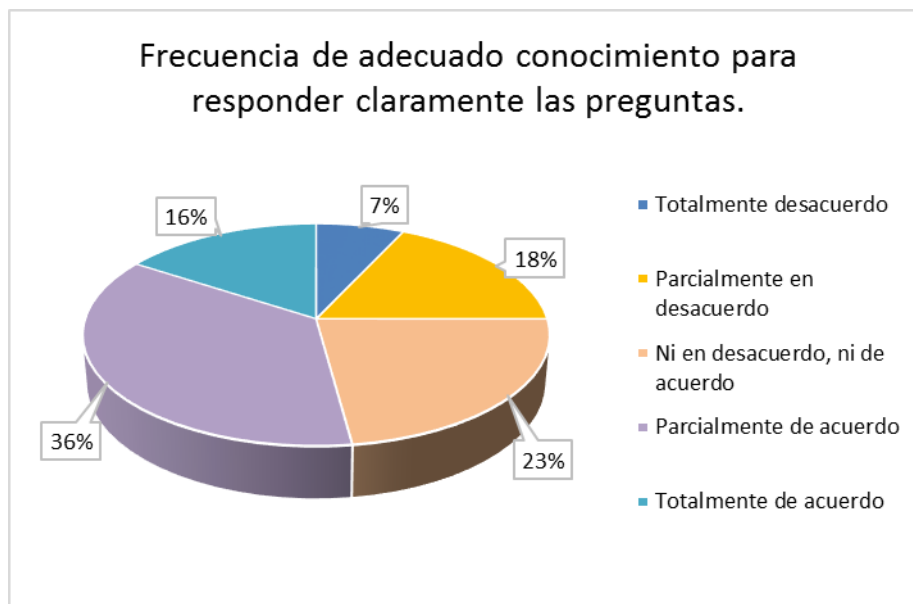
En la Figura precedente muestra que los clientes de los agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con la seguridad que les brinda 34 agentes en sus diferentes operaciones y transacciones, el agente que tiene mayor seguridad es “Minimarket el filtro” de categoría bronce. Según la Figura, los clientes encuestados indican que 30 agentes brindan un servicio regular en sus operaciones y/o transacciones.

56 clientes encuestados consideran estar parcialmente en desacuerdo, con la seguridad al realizar una operación y/o transacción en los agentes.

Según la Figura, los clientes de los agentes Multired muestran que 13 clientes están totalmente en desacuerdo, debido a que el POS no culmina en realizar una operación, además no imprime el voucher de conformidad generando inseguridad por parte del cliente.

Pregunta 11: Adecuado conocimiento para responder claramente las preguntas

Figura 14 Frecuencia de adecuado conocimiento para responder claramente las preguntas



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la Figura 14, los clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, debido a que los operadores de los agentes reciben un protocolo de atención por parte de la entidad financiera.

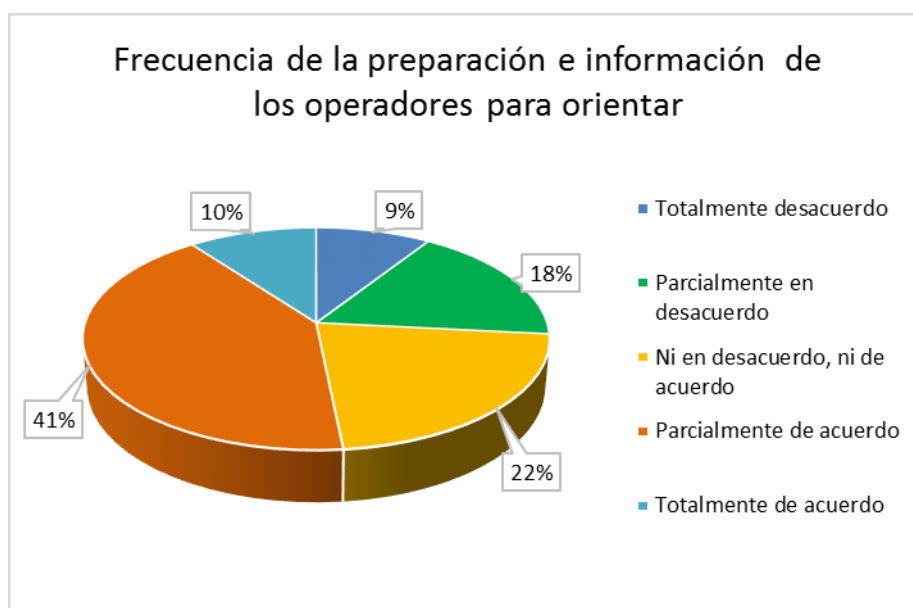
En la Figura, precedente 85 clientes manifiestan que los operadores de los agentes tienen un conocimiento regular para responder claramente a sus preguntas.

En la Figura, se muestra que los clientes están parcialmente en desacuerdo con 24 agentes ubicados en Arequipa, ya que no responden las consultas de los clientes de forma clara, según la opinión de los clientes encuestados.

Los clientes consideran estar totalmente de acuerdo con 26 agentes ubicados en Arequipa, el agente con mayor índice de conocimiento para responder claramente a las preguntas es “Minimarket el filtro” de la categoría bronce.

Pregunta 12: Preparación e información de los operadores para orientar

Figura 15 Frecuencia de la preparación e información de los operadores para orientar



Fuente: elaboración propia

Según la Figura 15, los clientes de 34 agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, debido a que, los operadores transmiten confianza y están preparados para orientar al cliente.

En la Figura precedente 81 clientes encuestados consideran que los operadores de los agentes están regularmente preparados e informados para orientar al cliente.

En la Figura se muestra que los clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo con 29 agentes, debido a que los operadores de los agentes Multired no están preparados e informados para orientar al cliente.

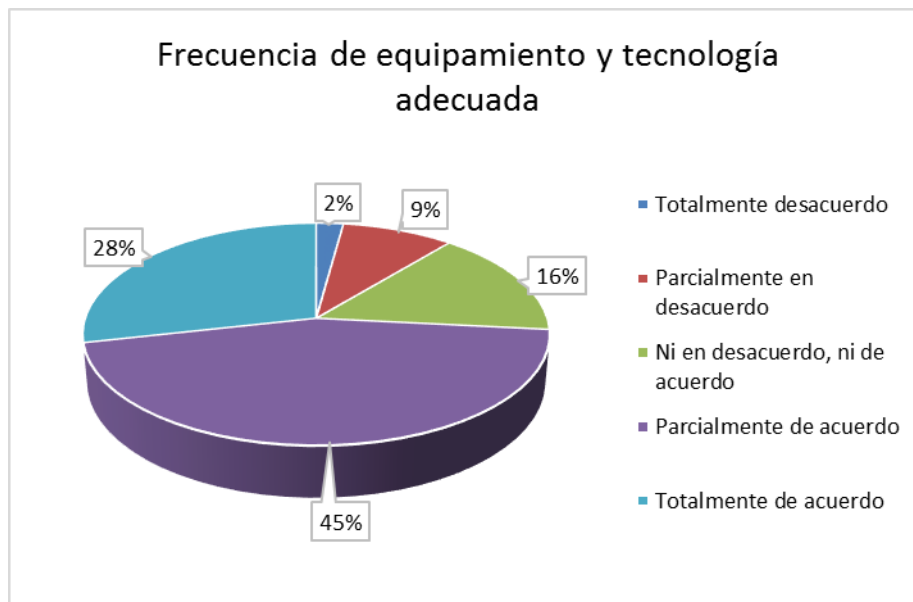
Los clientes consideran estar totalmente de acuerdo con 22 agentes ubicados en Arequipa, el agente con mayor índice de preparación e información es “Perfumería bazar Yaneth” de la categoría bronce.

Según la Figura, 3 de 10 encuestados en un agente Multired están totalmente en desacuerdo con la poca información adecuada que tienen para orientar al cliente.

Elementos tangibles

Pregunta 13: Equipamiento y tecnología adecuada

Figura 16 Frecuencia de equipamiento y tecnología adecuada



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 16, los clientes encuestados de 23 agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, con el equipamiento y tecnología adecuada, esto se debe a que solo cuentan con la publicidad y el POS.

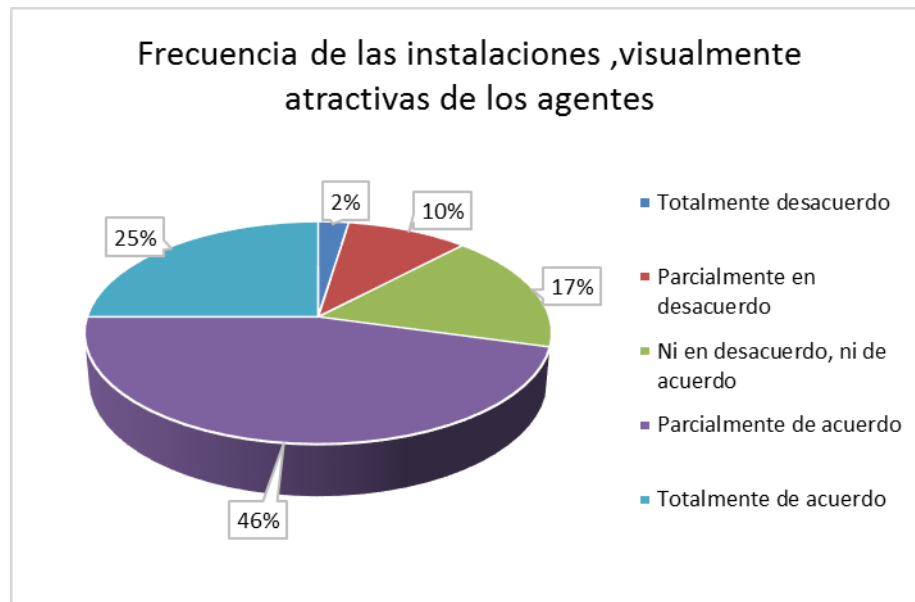
Según la Figura los clientes de los agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con 32 agentes ubicados en Arequipa, con el equipamiento y tecnología adecuada.

Como se observa en la Figura, 58 clientes de los agentes Multired no están ni en desacuerdo, ni en de acuerdo con el equipamiento y la tecnología, ya que solo tienen lo necesario para brindar el servicio.

Los clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo, con el equipamiento y tecnología adecuada, de 22 agentes ubicados en Arequipa.

Pregunta 14: Las instalaciones, visualmente atractivas para los agentes

Figura 17 Frecuencia de las instalaciones, visualmente atractivas de los agentes



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 17, los clientes encuestados de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, con la infraestructura adecuada de 34 agentes Multired.

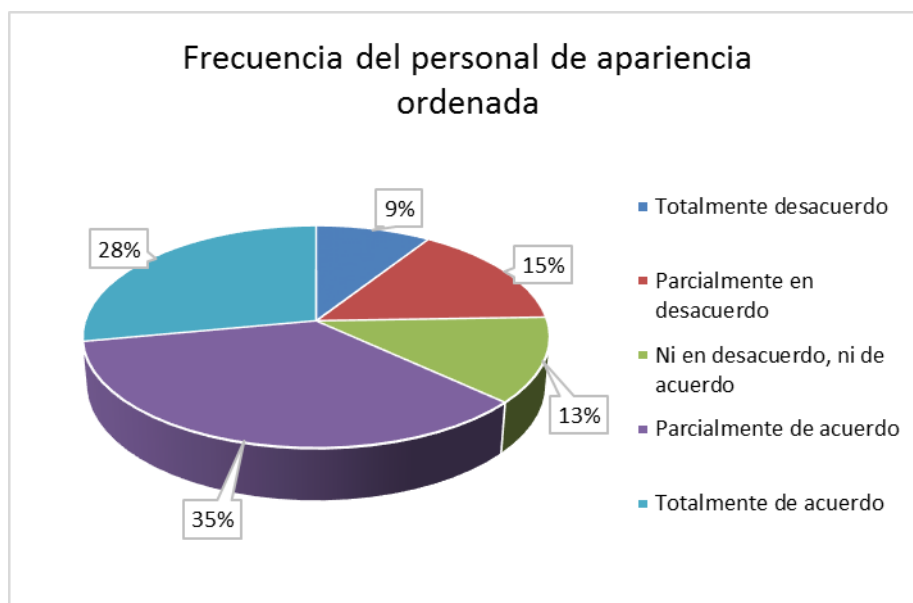
En la Figura 17 se muestra que los clientes de 34 agentes Multired consideran estar totalmente de acuerdo, con las instalaciones ya que se muestran visualmente llamativas y conserva un ambiente ordenado y limpio.

En la Figura 17, se muestra que 64 clientes encuestados en Arequipa no están ni en desacuerdo, ni de acuerdo con las instalaciones de los Agentes Multired, ya que no cuentan con un módulo de atención. Según lo observado en los agentes.

En la Figura 17, se muestra que 9 encuestados están totalmente en desacuerdo con las inadecuadas instalaciones de los agentes, ya que los módulos no se encuentran en un lugar adecuado, para la óptima atención.

Pregunta 15: Personal de apariencia ordenada

Figura 18 Frecuencia del personal de apariencia ordenada



Fuente: elaboración propia

Con respecto a la Figura 18, los clientes de los agentes Multired consideran estar parcialmente de acuerdo, con la buena apariencia ordenada del operador.

En la Figura, muestra que 104 de los clientes encuestados en Arequipa están totalmente de acuerdo con la apariencia ordenada del operador, el agente que tiene mejor apariencia de personal es “Playa Giloza” de la categoría Bronce

Los clientes de los agentes Multired consideran que la apariencia ordenada del operador no es buena, ni mala de 27 agentes.

57 clientes consideran estar parcialmente en desacuerdo, con la apariencia ordenada de 26 operadores que atienden en los agentes Multired.

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Discusión de resultados

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, los antecedentes de la investigación y la base teórica se realiza el análisis y discusión de los hallazgos.

En lo referente a La calidad del servicio de los agentes Multired en Arequipa, los resultados reflejan que los clientes encuestados de estos agentes están satisfechos con la atención que se les brinda; de tal manera que las percepciones que se tienen acerca del servicio brindado son positivas por parte del cliente, como se aprecia en la Figura 9 donde el cliente considera estar parcialmente de acuerdo con la atención de 35 agentes que representa un 45%, esto nos da como resultado que los operadores son importantes al momento de brindar un servicio para satisfacer a los clientes, coincidiendo con lo propuesto por Moros Ochoa [6], donde se deduce que el factor más importante que tienen los trabajadores para satisfacer a los clientes que buscan la calidad, ya que son quienes pueden optimizar los recursos existentes, donde tienen un papel muy importante las TIC para una mayor productividad. Los trabajadores son quienes tienen un contacto directo con el cliente y sus demandas, deben estar motivados y satisfechos con la actividad que realizan.

Ambas investigaciones concuerdan que los trabajadores tienen un trato directo con el cliente, y ellos son los que tienen que estar preparados para ofrecer una buena atención, asimismo satisfacer las necesidades del usuario.

Los resultados mostraron que la percepción de los clientes en promedio se obtuvo en las cinco dimensiones, ya que los clientes perciben estar parcialmente de acuerdo con las 14 preguntas que se planteó. Esto concuerda con el estudio realizado por, Vílchez Fernández [10] en el cual se obtuvo como resultado del estudio realizado en la agencia BCP de las diferentes provincias consideran estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con la dimensión de elementos tangibles, confiabilidad en solucionar problemas y ofrecer excelente servicio, capacidad de respuesta y seguridad en las instalaciones del banco y los clientes muestran empatía con la excelente atención recibida.

Asimismo, la empatía, seguridad, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, seguridad y elementos tangibles que se utilizaron en ambas investigaciones son importantes al momento de brindar un servicio, de esta forma, lograr fidelizar y atraer nuevos clientes teniendo en cuenta las cinco dimensiones.

Según la investigación, se encontró que las dimensiones de empatía, capacidad de respuesta, confiabilidad, seguridad y elementos tangibles miden la calidad de servicio en los agentes Multired, además esto concuerda con el estudio realizado por Martínez Lozano [8], en el cual indica que el modelo SERVQUAL, evalúa las brechas de las percepciones y expectativas, no solo toma la importancia de la percepción del usuario sino de lo que espera del servicio, siendo un modelo de suma importancia para la mejora continua. De la misma manera, Humberto Portugal (2015) en la cual analizo los componentes de gestión de servicios financieros que ofrece en banco Scotiabank donde mide el nivel de satisfacción, así mismo plantea estrategias de mejora para el banco Scotiabank. Donde existe solidez, informatización, accesibilidad, con lo cual se dieron resultados de suma importancia alcanzando un nivel de porcentaje de aprobación de 47.5%.

En resumen, las dimensiones mencionadas consideran implementar estrategias de calidad en las cinco dimensiones y sus sub indicadores. Esto quiere decir que, mejorando e innovando los productos y servicios de atención a los clientes.

Discusión de resultados de las dimensiones

El estudio permitió identificar el servicio eficiente y la frecuencia de atención rápida en los agentes Multired, que tiene un promedio de 44,09% de clientes parcialmente de acuerdo y 28,14% de clientes totalmente de acuerdo con la confiabilidad que ofrecen los agentes Multired en Arequipa. Asimismo, la mayoría de los encuestados requiere un servicio eficiente y completo, que no genere incidencias con el POS. Así mismo que brinden una atención rápida en los agentes Multired.

Se determinó, que la dimensión de empatía de los agentes Multired tiene un promedio de 39,43% de clientes parcialmente de acuerdo y 22,58% de clientes totalmente de acuerdo con la empatía que brindan los agentes Multired, generando satisfacción con el trato que brindan en los agentes, además los horarios de atención son los más accesibles, así mismo muestran ayuda en resolver los problemas de los clientes.

Se estableció, las dimensiones y capacidad de respuesta de los agentes Multired ubicados en Arequipa tiene un promedio de 39,25% de clientes parcialmente de acuerdo. De igual forma, el 16,94 % de los clientes están totalmente de acuerdo con la capacidad de respuesta de los agentes Multired. Asimismo, los operadores de los agentes deben tener mayor conocimiento para ayudar a los clientes en sus dudas. Además, el cliente considera que los operadores siempre deben de estar en sus establecimientos y/o módulos para brindar una atención rápida.

Se determinó, que la dimensión de seguridad de los agentes Multired tiene un promedio de 40,50% de clientes parcialmente de acuerdo y 16,22% de clientes totalmente de acuerdo con la seguridad que brindan los agentes en sus operaciones y/o transacciones, también con el conocimiento e información que tienen los operadores para responder claramente a las preguntas y orientar correctamente.

Se ha podido definir, que los elementos tangibles de los agentes Multired también son importantes al momento de prestar un servicio, los resultados recopilados en la investigación se obtuvo un promedio de 41,94% de clientes parcialmente de acuerdo. De igual manera el 27,15% de clientes consideran estar totalmente de acuerdo con las instalaciones, equipamiento y con el operador de los agentes Multired en Arequipa.

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Primera: La calidad del servicio de los agentes Multired es positiva según las encuestas realizadas, con un promedio total de 63,24% de clientes satisfechos y parcialmente satisfechos.

Segunda: En la presente investigación se concluyó que los agentes Multired son confiables para los clientes según las encuestas realizadas, con un promedio de 72,22% de clientes satisfechos y parcialmente satisfechos.

Tercera: La empatía de los agentes Multired es positiva según las encuestas realizadas, obteniendo un promedio total de 62,01% de clientes satisfechos y parcialmente satisfechos en Arequipa.

Cuarta: La capacidad de respuesta de los agentes Multired es positiva según las encuestas realizadas, obteniendo un promedio total de 56,18% de clientes satisfechos y parcialmente satisfechos en Arequipa.

Quinta: La seguridad de los agentes Multired es positiva según las encuestas realizadas, obteniendo un promedio total de 56,72% de clientes satisfechos y parcialmente satisfechos en Arequipa.

Sexta: Los elementos tangibles de los agentes Multired es positiva según las encuestas realizadas, obteniendo un promedio total de 69,09% de clientes satisfechos y parcialmente satisfechos en Arequipa.

Recomendaciones

Primera: En la investigación se recomienda que los agentes Multired deben brindar un servicio rápido y eficiente. Además, dar a conocer a los clientes sobre los beneficios y la complementariedad de servicios que ofrecen los agentes, para dar un servicio de calidad al cliente enfocándose en las dimensiones como: La empatía, competencia, seguridad, tiempo y compromiso en función a los resultados de nuestra investigación. Asimismo, realizar un seguimiento a los agentes Multired una vez al mes, por dos meses usando fichas de observación para evaluar el desempeño de los operadores. Además, se capacitará a los agentes que necesiten reforzamiento en temas de: atención rápida, eficiencia y complementariedad de servicios, por un periodo de cuatro días. De esta manera, lograremos tener agentes capacitados, motivados y comprometidos con el servicio.

Segunda: Para alcanzar el objetivo de la empatía, se recomienda a los agentes Multired en Arequipa brindar un buen trato, manejar horarios flexibles, conocimiento para ayudar al cliente y una rápida atención. Para lograr el objetivo se convocará a una reunión a los 35 agentes Multired dando a conocer temas referentes como: atención al cliente, horarios de atención, capacidad de respuesta al cliente y fidelización, que son los puntos clave para reforzar los hallazgos. Se recomienda dar una capacitación extendida en las instalaciones de la entidad financiera. De esta forma, lograremos generar una conexión con los clientes y mantenerlos satisfechos.

Tercera: De acuerdo con los establecimientos de los agentes las transacciones tienen que ser completamente seguras y confiables, como si se hicieran en el mismo banco. El objetivo del agente es generar mayor seguridad en: operaciones y/o transacciones, resolución de dudas, orientación al cliente y crear un vínculo emocional con el usuario.

De acuerdo con la investigación se recomienda implementar un mecanismo de evaluación con los niveles de satisfacción mediante El POS del 1 al 5 donde (1=muy malo, 2=malo, 3=regular, 4=bueno, 5=muy bueno) para que el cliente pueda calificar al operador sobre la atención recibida. Con esto lograremos obtener una base de datos de los 35 agentes, esto nos ayudará a identificar que agentes necesitan más capacitaciones. Además, se recomienda otorgar reconocimientos a los agentes con mayores operaciones realizadas en el mes.

Se recomienda a la entidad financiera antes de la apertura de un nuevo agente, dar capacitaciones de: correcto manejo del POS, detección de billetes falsos, fidelización, conocimiento de las operaciones del servicio, solución de problemas, orientación al cliente, por un periodo de 5 días para evitar inconvenientes del servicio.

Cuarta: Se recomienda a los agentes Multired ubicar la publicidad en un lugar estratégico donde se pueda apreciar los servicios que brinda el agente, cada agente debe contar con un módulo de atención en sus establecimientos y la apariencia del personal debe ser presentable. Realizar un plan de supervisión cada dos meses y dar un mantenimiento al POS mensualmente. Asimismo, se recomienda mejorar el capital de trabajo que maneja el cajero corresponsal.

Además, los agentes Multired que operan con internet, deben dar un servicio apropiado para sus negocios con una velocidad de 40 Mbps o mayor que nos garantice un mejor procesamiento de datos, y los que cuentan con chips deben tener buena señal según la zona de ubicación, antes de otorgar el POS se debe realizar una evaluación previa en los establecimientos para la entrega del equipo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Genesys, «Estrategias de servicio al cliente para el sector de banca de minorista,» pp. 2-28, 2009.
- [2] F. X. Iribarne, Tenologias de la información y las comunicaciones (TIC) y atención al cliente minorista en una entidad financiera. un analisis empirico desde la percepción de los empleados, Catalunya: Univerditat Oberta de CatalunyaUUniversitat Oberta de Catalunya, 2016.
- [3] M. C. Gijón Tascón, Percepción de los usuarios individuales de los servicios de internet y telefonía móvil España y el Reino Unido, Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2014.
- [4] . C. Sánchez Pérez, Percepción ciudadana y profesional sobre los servicios sociales Municipales: Satisfacción con la gestión de calidad en Castilla-La Mancha, Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2015.
- [5] D. A. García Gonzáles, Efectos de la calidad de servicio y de la satisfacción del cliente sobre la fidelidad de los servicios oficiales de posventa de automoción Españoles, Madrid: Universidad de Alcalá, 2013.
- [6] D. A. Moros Ochoa, Impacto de las nuevas tecnologías en la calidad de servicio del sector bancario y su influencia en la satisfacción del cliente. Caso de estudio: Banco Sofitasa-Venezuela, San sebastian: Universidad de Deusto, 2010.
- [7] D. A. Holguín, L. Y. Leva y M. Carreon, Calidad percibida en el servicio al cliente en el sector de supermercados en la ciudad de Cusco, Cusco, Cusco: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019.
- [8] C. E. Martínez Lozano , Aplicación de modelo Servqual en los servicios de transporte público urbano en el distrito de Lurigancho para medir la calidad de servicio, Lima, Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2018.
- [9] J. E. y. V. L. J. L. Ríos Rosales, Estrategias de marketing experimental que influyen en la percepción del cliente de la tienda retail Oeschle-Huancayo, Huancayo, Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú, 2012.
- [10] M. L. Vilchez Fernández, La percepción del cliente sobre la calidad de servicio

en el BCP agencias Trujillo 2017, Trujillo, Trujillo: Universidad César Vallejo, 2017.

- [11] J. J. Vásquez Gonzáles, Percepcion de la calidad de servicio en los restaurantes de los hoteles de cuatro estrellas en Miraflores, Lima: Universidad de San Ignacio de Loyola, 2017.
- [12] C. H. Portugal Sal y Rosas , Análisis del servicio del cliente para diseño de estrategias de mejora del banco Scotiabank mercadereS Arequipa 2014, Arequipa: Universidad Católica Santa Maria, 2015.
- [13] M. S. Salazar Vergara, Percepción de los clientes del hospital infantil Tony Molleapaza Rojas, Paz Holandesa sobre la calidad de sus servicios. Arequipa 2013, Arequipa, Arequipa: Universidad Católica Santa Maria, 2013.
- [14] G. Valencia Angulo , Percepcion de los clientes de la empresa Sagafalabella sobre sus estategias de tipo de marketing on-line. Arequipa, 2015, Arequipa, Arequipa: Universidad Católica Santa Maria, 2016.
- [15] L. A. Nuñez Vera, Percepción de la medición de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente: Análisis impírico del retailing mall aventura plaza Arequipa 2013, Arequipa, Arequipa: Universidad Católica Santa Maria, 2013.
- [16] L. M. Acevedo García, Percepción de la calidad de servicio de los clientes de una empresa exportadora privada Lima, Lima, Arequipa: Universidad Privada Norbert Wiener, 2015.
- [17] J. TorresFragoso y I. Luna Espinoza, «Evaluacion de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF,» Contaduria y Administracion 62, p. 1270–1293, 2016.
- [18] J. Santiago Merino, «La calidad de servicio: unidimensionalidad vs. multidimensionalidad (Una Escala Especifica para el sector de banca comercial),» Revista electronica de ciencia Administrativa (RECADM), pp. 1677-7387, 2004.
- [19] S. E. Vazquez Moctezuma, «Medición de la calidad del servicio para agentes de suscripción en revistas digitales a través del modelo Servqual,» GECONTEC: Revista internacional de gestion del conocimiento y la tecnologia, pp. 2255-5684, 2015.
- [20] Bolsa de Valores de Lima, Memoria 2018 Banco de la Nación, Lima: Narro Forno Luis Enrique FAU, 2019.
- [21] B. d. I. Nación, «www.bn.com.pe,» 2019. [En línea]. Available: <https://www.bn.com.pe/canales-atencion/agentes-lima-metropolitana.asp>.
- [22] Banco de la Nación, «Canal de atención: Agente Multired,» Departamento de operaciones, Lima, 2014.
- [23] P. R. Sagua Mamani, Análisis de las plataformas de atención al usuario y su incidencia en el volumen de operaciones del Banco de la Nación agencia 1 Puno, periodos 2014 - 2015, 2017.
- [24] C. . M. Salvador Ferrer, C. Pozo Muñoz y E. A. Morillejo , «Percepción del cliente de los predictores de calidad en el sector servicios,» Boletín de Psicología, pp. 69-84, 2008.

ANEXO

Anexo 1 Instrumento de la encuesta

LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGENTES MULTIRED, AREQUIPA 2019						
CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO						
Edad <input style="width: 50px;" type="text"/>						
Sexo <input style="width: 50px;" type="text"/> <i>Femenino</i> <input style="width: 50px;" type="text"/> <i>Masculino</i> <input style="width: 50px;" type="text"/>						
Indique la frecuencia con la que realiza operaciones en un agente Multired						
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input style="width: 50px;" type="text"/> Nunca <input style="width: 50px;" type="text"/> <input style="width: 50px;" type="text"/> Semanalmente <input style="width: 50px;" type="text"/> <input style="width: 50px;" type="text"/> Quincenal <input style="width: 50px;" type="text"/> <input style="width: 50px;" type="text"/> Mensual <input style="width: 50px;" type="text"/> <input style="width: 50px;" type="text"/> Cada 2 meses <input style="width: 50px;" type="text"/> <input style="width: 50px;" type="text"/> 1 vez al año <input style="width: 50px;" type="text"/> </div>						
Marque con una (X) según considere cada uno de los enunciados detallados a continuación, teniendo en cuenta la siguiente escala de calificación: (1): Totalmente desacuerdo; (2): Parcialmente en desacuerdo; (3): Ni en desacuerdo ni de acuerdo (Neutral); (4): Parcialmente de acuerdo; (5): Totalmente de acuerdo.						
		Totalmente desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo (Neutral)	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
CONFIABILIDAD	1	Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.				
	2	Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.				
	3	Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.				
EMPATIA	4	Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.				
	5	Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.				
	6	Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.				
CAPACIDAD DE RESPUESTA	7	Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.				
	8	Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.				
SEGURIDAD	9	Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.				
	10	Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.				
	11	Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.				
ELEMENTOS TANGIBLES	12	Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.				
	13	Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.				
	14	Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.				

Anexo 2 Ficha validación de instrumento

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES.

EVALUADOR: Mg. Ursula Alfaro Pomareda FECHA: 28/06/19

INSTRUMENTO: LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGENTES MULTIRED, AREQUIPA 2019

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
1. Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
2. Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
3. Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
4. Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
5. Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
6. Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
7. Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
8. Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
9. Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
10. Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
11. Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
12. Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
13. Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—
14. Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.	Pertinencia					X	—
	Claridad Conceptual					X	—
	Redacción y Terminología					X	—

EL QUE SUSCRIBE: Ursula Alfaro Pomareda IDENTIFICADO
 CON DNI. N° 9610992 Y N° DE COLEGIATURA - CERTIFICO QUE REALICÉ EL JUICIO DE EXPERTO
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LOS ESTUDIANTES: COLQUE QUISPE, LINO DAVID
 PAYEHUANCA COKCHE, MILAGROS ROSA

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

Conte Alf. P.
 Mg. Ursula Alfaro Pomareda

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES:

EVALUADOR: Dr. Wilfredo Benito Olmedo

FECHA: 28/06/19

INSTRUMENTO: LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGENTES MULTIRED, AREQUIPA 2019

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
1.Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
2.Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
3.Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
4.Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
5.Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
6.Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
7.Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
8.Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
9.Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
10.Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
11.Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
12.Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
13.Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	
14.Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.	Pertinencia					X	
	Claridad Conceptual					X	
	Redacción y Terminología					X	

EL QUE SUSCRIBE, David Benito Quado IDENTIFICADO
CON DNI. N° 40683399 Y N° DE COLEGIATURA _____ CERTIFICO QUE REALIZÉ EL JUICIO DE EXPERTO
AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LOS ESTUDIANTES: CCOLQUE QUISPE, LINO DAVID
PAYEUANCA COKCHE, MILAGROS ROSA

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

B. H. M.

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO. CRITERIOS GENERALES.

EVALUADOR: Diego Fernández Garbarini FECHA: 01-07-19

INSTRUMENTO: LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS AGENTES MULTIRED, AREQUIPA 2019

ÍTEM	CONTENIDO	EVALUACIÓN					SUGERENCIA
		0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
1. Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
2. Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
3. Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
4. Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
5. Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
6. Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
7. Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
8. Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
9. Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
10. Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
11. Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
12. Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
13. Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—
14. Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.	Pertinencia					✓	—
	Claridad Conceptual					✓	—
	Redacción y Terminología					✓	—

EL QUE SUSCRIBE: Diego Fernández Garbarini IDENTIFICADO
 CON DNI. N° 70291414 Y N° DE COLEGIATURA — CERTIFICO QUE REALICÉ EL JUICIO DE EXPERTO
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LOS ESTUDIANTES: CCOLQUE QUISPE, LINO DAVID
 PAYEHUANCA COKCHE, MILAGROS ROSA

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

Diego Fernández Garbarini

Resultado de la fidelidad de la encuesta

	Totalmente desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.	7.1%	14.3%	25.0%	32.1%	21.4%
Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.	0.0%	7.1%	44.6%	35.7%	12.5%
Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.	5.4%	8.9%	21.4%	37.5%	26.8%
Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.	7.1%	10.7%	23.2%	35.7%	23.2%
Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.	10.7%	8.9%	25.0%	35.7%	19.6%
Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.	12.5%	16.1%	33.9%	25.0%	12.5%
Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.	8.9%	19.6%	21.4%	33.9%	16.1%
Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.	7.1%	14.3%	23.2%	39.3%	16.1%
Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.	8.9%	12.5%	28.6%	25.0%	25.0%
Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.	5.4%	16.1%	32.1%	28.6%	17.9%
Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.	10.7%	12.5%	32.1%	33.9%	10.7%
Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.	7.1%	7.1%	28.6%	42.9%	14.3%
Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.	5.4%	8.9%	32.1%	35.7%	17.9%
Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.	8.9%	16.1%	25.0%	35.7%	14.3%

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de	N de elementos
Cronbach	
0.911	14

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Problema principal	Objetivo General	Hipótesis General	Calidad del servicio	Confiabilidad	Eficiencia Realización de servicio Plazo de atención
-¿Cuál es la calidad del servicio de los agentes Multired en Arequipa?	-Determinar la calidad del servicio de los agentes Multired en Arequipa.	-Es probable que la calidad del servicio de los agentes Multired sea positiva.		Empatía	Buen trato Horas de atención Interés en los clientes
Problema secundario	Objetivos específicos	Hipótesis específica		Capacidad de respuesta	Disposición a la ayuda Rápida atención
-¿Es confiable el agente Multired en Arequipa?	-Determinar si es confiable el agente Multired en Arequipa.	-Es posible que los agentes Multired sean confiables para los clientes en Arequipa.		Seguridad	Seguridad en transacciones Resolución de dudas Confianza en la orientación a los clientes
-¿Es empático el agente Multired en Arequipa?	-Determinar si es empático el agente Multired en Arequipa.	-Es posible que los agentes Multired sean empáticos para los clientes en Arequipa.		Elementos Tangibles	Equipamiento moderno Instalaciones visualmente atractivas Apariencia ordenada del personal.
-¿Tiene capacidad de respuesta el agente Multired en Arequipa?	- Establecer si tiene capacidad de respuesta el agente Multired en Arequipa.	-Es probable que los agentes Multired tengan Capacidad de respuesta para los clientes en Arequipa.			
-¿Ofrece seguridad el agente Multired en Arequipa?	-Determinar si ofrece seguridad el agente Multired en Arequipa.	-Es posible que los agentes Multired ofrezcan Seguridad a los clientes en Arequipa.			
-¿Se percibe los elementos tangibles del agente Multired en Arequipa?	-Definir los elementos tangibles del agente Multired en Arequipa.	-Son perceptibles los elementos tangibles de los agentes Multired en Arequipa.			

Matriz operacional del instrumento					
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
Calidad del servicio	Confiabilidad	-Eficiencia	1. Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.	1. Totalmente de acuerdo 2. Parcialmente de acuerdo 3. Ni en desacuerdo ni en acuerdo (neutral) 4. Parcialmente de acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	Se utilizará como instrumento una encuesta que facilitará la recolección de datos de manera espontánea. Para realizar la encuesta se utilizará escala de Likert.
		-Realización de servicio	2. Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.		
		-Plazo de atención	3. Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.		
	Empatía	-Buen trato	4. Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.		
		-Horas de atención	5. Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.		
		-Interés en los clientes	6. Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.		
	Capacidad de respuesta	-Disposición a la ayuda	7. Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.		
		-Rápida atención	8. Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.		
	Seguridad	-Seguridad en transacciones	9. Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.		
		-Resolución de dudas	10. Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.		
		-Confianza en la orientación a los clientes	11. Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.		
	Elementos Tangibles	-Equipamiento moderno	12. Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.		
		-Instalaciones visualmente atractivas	13. Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.		
		-Apariencia ordenada del personal.	14. Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.		

Anexo 3 Resultado del instrumento

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	<= 23	16	4,3	4,3	4,3
	24 - 29	101	27,2	27,2	31,5
	30 - 35	67	18,0	18,0	49,5
	36 - 41	50	13,4	13,4	62,9
	42 - 47	63	16,9	16,9	79,8
	48 - 53	43	11,6	11,6	91,4
	54 - 59	26	7,0	7,0	98,4
	60 - 65	4	1,1	1,1	99,5
	66 - 71	1	,3	,3	99,7
	72+	1	,3	,3	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Sexo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	194	52,2	52,2	52,2
	Femenino	178	47,8	47,8	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Preguntas	Totalmente desacuerdo		Parcialmente en desacuerdo		Ni en desacuerdo, ni de acuerdo		Parcialmente de acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.	12	3.20%	42	11.30%	44	11.80%	169	45.40%	105	28.20%
Los servicios de los Agentes Multired son los más completos.	10	2.70%	38	10.20%	66	17.70%	161	43.30%	97	26.10%
Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.	9	2.40%	30	8.10%	59	15.90%	162	43.50%	112	30.10%
Estoy satisfecho con el trato que brindan en los Agentes Multired.	14	3.80%	32	8.60%	53	14.20%	152	40.90%	121	32.50%
Pienso que los horarios de atención de los Agentes Multired son los más accesibles.	15	4.00%	28	7.50%	73	19.60%	167	44.90%	89	23.90%
Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes.	37	9.90%	80	21.50%	92	24.70%	121	32.50%	42	11.30%
Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.	29	7.80%	85	22.80%	72	19.40%	133	35.80%	53	14.20%
Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.	17	4.60%	41	11.00%	82	22.00%	159	42.70%	73	19.60%
Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.	19	5.10%	50	13.40%	56	15.10%	163	43.80%	84	22.60%
Considero que los Agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas.	26	7.00%	67	18.00%	85	22.80%	135	36.30%	59	15.90%
Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.	34	9.10%	65	17.50%	81	21.80%	154	41.40%	38	10.20%
Considero que los Agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada.	8	2.20%	33	8.90%	58	15.60%	167	44.90%	106	28.50%
Las instalaciones de los Agentes Multired son visualmente atractivas.	9	2.40%	36	9.70%	64	17.20%	170	45.70%	93	25.00%
Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.	34	9.10%	57	15.30%	46	12.40%	131	35.20%	104	28.00%

Anexo 4 Tabla de frecuencia

1. Indique la frecuencia con la que realiza operaciones en un agente Multired

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	1,3	1,3	1,3
	Semanalmente	92	24,7	24,7	26,1
	Quincenal	100	26,9	26,9	53,0
	Mensual	104	28,0	28,0	80,9
	Cada dos meses	51	13,7	13,7	94,6
	Una vez al año	20	5,4	5,4	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

2. Considero que los servicios de los Agentes Multired son los más eficientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	12	3,2	3,2	3,2
	Parcialmente en desacuerdo	42	11,3	11,3	14,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	44	11,8	11,8	26,3
	Parcialmente de acuerdo	169	45,4	45,4	71,8
	Totalmente de acuerdo	105	28,2	28,2	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

3. Los servicios de los agentes Multired son los más completos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	10	2,7	2,7	2,7
	Parcialmente en desacuerdo	38	10,2	10,2	12,9
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	66	17,7	17,7	30,6
	Parcialmente de acuerdo	161	43,3	43,3	73,9
	Totalmente de acuerdo	97	26,1	26,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

4. Considero que los Agentes Multired son los más rápidos en atención al cliente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	9	2,4	2,4	2,4
	Parcialmente en desacuerdo	30	8,1	8,1	10,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	59	15,9	15,9	26,3
	Parcialmente de acuerdo	162	43,5	43,5	69,9
	Totalmente de acuerdo	112	30,1	30,1	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

5. Estoy satisfecho con el trato que brindan en los agentes Multired

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	14	3,8	3,8	3,8
	Parcialmente en desacuerdo	32	8,6	8,6	12,4
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	53	14,2	14,2	26,6
	Parcialmente de acuerdo	152	40,9	40,9	67,5
	Totalmente de acuerdo	121	32,5	32,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

6. Pienso que los horarios de atención de los agentes Multired son los más accesibles.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	15	4,0	4,0	4,0
	Parcialmente en desacuerdo	28	7,5	7,5	11,6
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	73	19,6	19,6	31,2
	Parcialmente de acuerdo	167	44,9	44,9	76,1
	Totalmente de acuerdo	89	23,9	23,9	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

7. Considero que los Agentes Multired muestran interés en solucionar los problemas de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	37	9,9	9,9	9,9
	Parcialmente en desacuerdo	80	21,5	21,5	31,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	92	24,7	24,7	56,2
	Parcialmente de acuerdo	121	32,5	32,5	88,7
	Totalmente de acuerdo	42	11,3	11,3	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

8. Los operadores de los Agentes Multired están siempre dispuestos a ayudarme con mis dudas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	29	7,8	7,8	7,8
	Parcialmente en desacuerdo	85	22,8	22,8	30,6
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	72	19,4	19,4	50,0
	Parcialmente de acuerdo	133	35,8	35,8	85,8
	Totalmente de acuerdo	53	14,2	14,2	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

9. Los operadores de los Agentes Multired siempre están listos para atender y brindarme una atención rápida.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	17	4,6	4,6	4,6
	Parcialmente en desacuerdo	41	11,0	11,0	15,6
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	82	22,0	22,0	37,6
	Parcialmente de acuerdo	159	42,7	42,7	80,4
	Totalmente de acuerdo	73	19,6	19,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

10. Considero que los Agentes Multired son los más seguros en sus diferentes operaciones y/o transacciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	19	5,1	5,1	5,1
	Parcialmente en desacuerdo	50	13,4	13,4	18,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	56	15,1	15,1	33,6
	Parcialmente de acuerdo	163	43,8	43,8	77,4
	Totalmente de acuerdo	84	22,6	22,6	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

11. Considero que los agentes Multired tienen el adecuado conocimiento para poder responder claramente mis preguntas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	26	7,0	7,0	7,0
	Parcialmente en desacuerdo	67	18,0	18,0	25,0
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	85	22,8	22,8	47,8
	Parcialmente de acuerdo	135	36,3	36,3	84,1
	Totalmente de acuerdo	59	15,9	15,9	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

12. Pienso que los operadores de los Agentes Multired están muy preparados e informados para poderme orientar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	34	9,1	9,1	9,1
	Parcialmente en desacuerdo	65	17,5	17,5	26,6
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	81	21,8	21,8	48,4
	Parcialmente de acuerdo	154	41,4	41,4	89,8
	Totalmente de acuerdo	38	10,2	10,2	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

13. Considero que los agentes Multired cuentan con el equipamiento y tecnología adecuada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	8	2,2	2,2	2,2
	Parcialmente en desacuerdo	33	8,9	8,9	11,0
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	58	15,6	15,6	26,6
	Parcialmente de acuerdo	167	44,9	44,9	71,5
	Totalmente de acuerdo	106	28,5	28,5	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

14. Las instalaciones de los agentes Multired son visualmente atractivas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	9	2,4	2,4	2,4
	Parcialmente en desacuerdo	36	9,7	9,7	12,1
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	64	17,2	17,2	29,3
	Parcialmente de acuerdo	170	45,7	45,7	75,0
	Totalmente de acuerdo	93	25,0	25,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

15. Los Agentes Multired cuentan con personal de apariencia ordenada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	34	9,1	9,1	9,1
	Parcialmente en desacuerdo	57	15,3	15,3	24,5
	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	46	12,4	12,4	36,8
	Parcialmente de acuerdo	131	35,2	35,2	72,0
	Totalmente de acuerdo	104	28,0	28,0	100,0
	Total	372	100,0	100,0	

Los 35 agentes ubicados en Arequipa

AG 1																		
AREQUIPA		116	125	128	129	133	142	159										
159 AGM,s		77.935	83.900	86.697	81.028	96.957	95.228	101.269	MAYO									
Nº	CÓDIGO AGM	COMERCI	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may			CONDICIÓN	NOMBRE DEL AGENTE MULTIR	PROPIETARIO	DIRECCIÓN	DEPARTAMEN	PROVINCIA	DISTRITO
4	3081575	COMERCIO	3.422	4.603	6.510	3.908	3.505	2.395	3.008	■		ORO	BAZAR ARTESANAL DANNY	TORRES DE ENCALADA TERESA DE JESUS	CALLE PIEROLA 123 CERCADO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
7	3082962	COMERCIO	2.421	3.386	2.953	2.419	2.857	2.829	2.608	■		PLATA	TEODOCIA VILCA GALLEGOS	TEODOCIA VILCA GALLEGOS	CALLE SANTO DOMINGO 205 INT 103	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
8	3222616	COMERCIO	1.765	1.758	2.118	1.506	2.137	2.501	2.402	■		PLATA	SERVICIOS TRANSNACIONALES PERL	ANSELMO HERENCIA TURPO	CALLE SAN JUAN DE DIOS 108 INT B CERCAC	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
12	3505030	COMERCIO	1.581	1.634	1.667	1.418	1.584	1.622	2.077	■		PLATA	AGUIRRE MAMANI JOSE LUIS	JOSE LUIS AGUIRRE MAMANI	AV. LA PAZ N° 301 - A	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
14	3513000	COMERCIO	1.954	1.575	3.244	2.710	2.241	1.703	1.852	■		PLATA	YELA STUDIO	CARLOS GERMAN MEDINA FERNANDEZ	CALLE SANTO DOMINGO 103 INT 205	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
16	3490190	COMERCIO	1.588	1.895	2.407	2.388	1.976	1.362	1.769	■		PLATA	MULTIENVIOS	PAVEL MIGUEL IBARRA QUISPE	CL. SAN JUAN DE DIOS 107	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
19	3513664	COMERCIO	1.236	1.122	807	863	1.129	1.437	1.594	■		PLATA	BODEGAS Y ABARROTES BENAVENTI	MARIA DEL CARMEN CLAUDIA BENAVENTE	CALLE ALVAREZ THOMAS 591	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
20	3216721	COMERCIO	622	797	541	678	1.328	1.372	1.357	■		PLATA	TELECOMUNICACIONES J Y S	JAZMINE YOLANDA APAZA JUAREZ	CALLE SAN JUAN DE DIOS 311	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
21	3079899	COMERCIO	1.246	893	495	575	1.299	1.518	1.333	■		PLATA	CHELIBAN VC	LILIANA MAGALY IZAGUIRRE SALAZAR	SAMUEL VELARDE 116-B UMACOLLO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
22	3512999	COMERCIO	913	875	763	518	859	1.095	1.319	■		PLATA	JOHNN & NET	JOHNNY VALERIO QUISPE CHURA	URB LA VICTORIA AV INDEPENDENCIA 506	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
24	3289141	COMERCIO	1.259	1.951	2.485	1.699	1.732	1.660	1.257	■		PLATA	CAS PANORAMICO	VILMA ANCORI MUÑOZ	CALLE PIEROLA 113 INT 2C	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
25	3335496	COMERCIO	938	923	928	289	904	1.187	1.256	■		PLATA	CARMEN CHAVEZ CONTRERAS	CARMEN CONCEPCION CHAVEZ CERVANTES	CALLE COLON - 211 OFIC.201 INTERIOR	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
27	3298728	COMERCIO	965	826	892	684	929	1.254	1.232	■		PLATA	LOCKY	XJ CACERES AGÜERO	URB. LA ESPERANZA MZ A LT 1 ADEPA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
30	3289125	COMERCIO	980	1.197	1.330	1.134	1.075	898	1.070	■		PLATA	CAS SAN JUAN DE DIOS	VILMA ANCORI MUÑOZ	CALLE SAN JUAN DE DIOS 313-B	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
33	3486028	COMERCIO	1.002	1.092	1.032	921	856	993	970	■		BRONCE	FERRETERIA	MONICA KARIN CUADROS CASTILLO	CALLE MAYTA CAPAC 111 IV CENTENARIO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
35	3280641	COMERCIO	794	492	365	309	709	740	851	■		BRONCE	ALEXANDER CHAVEZ ZEVALLOS	ALEXANDER CHAVEZ ZEVALLOS	CA. MARIA NIEVES BUSTAMANTE 81-A	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
36	3513005	COMERCIO	646	770	963	706	762	792	846	■		BRONCE	KAYTA INKA PUQUIO	PAULA ROSA VALENCIA NAVARRO	CALLE SANTO DOMINGO 201	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
38	3513001	COMERCIO	257	307	582	450	327	945	840	■		BRONCE	ESTUDIO FOTOGRAFICO	MIGUEL ANGEL GAMARRA LAUS	CALLE SANTO DOMINGO 138 OF 1 2DO PISC	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
40	3513399	COMERCIO	696	693	662	541	759	623	789	■		BRONCE	GLADYS HALLASI	GLADYS HILDA HALLASI NAVARRO	CALLE MUÑOZ NAJAR 112	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
41	3204367	COMERCIO	679	618	491	511	611	712	783	■		BRONCE	CABINAS INTERNET LA MERCED	CAROLINA BERTHA GUERRA ROSADO	LA MERCED N°413-A	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
42	3515308	COMERCIO	-	55	499	620	730	901	777	■		BRONCE	FARMACIA	LEONOR HUILLCA DIAZ	AV AREQUIPA N° 500 - A	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
44	3479021	COMERCIO	632	665	691	647	819	685	720	■		BRONCE	ABARROTES GRECIA	CAMPANO CHIRE RUSBEL	CA ALTO DE LA LUNA 226 AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
45	3515143	COMERCIO	6	65	340	334	442	548	696	■		BRONCE	MULTISERVICIOS ANIBAL	JOSE ROBERTO MAYTA SALLUCA	CL. BOLIVAR N° 118	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
49	3513004	COMERCIO	844	697	407	320	286	458	616	■		BRONCE	PERFUMERIA BAZAR YANET	YANET ADELA CHULLO VALERIANO	CALLE SAN JUAN DE DIOS 409 INT 1	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
51	3514001	COMERCIO	383	184	204	336	373	365	538	■		BRONCE	EL SUPER	RAMIRO OSWALDO RAMIREZ CAMARGO	PLAZA DE ARMAS 130	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
56	3365506	COMERCIO	529	498	316	327	484	587	495	■		BRONCE	DANI	CRUZ CHAVEZ TANIA	CAL. SAN JUAN DE DIOS 611 AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
63	3514730	COMERCIO	2	87	293	284	327	403	468	■		BRONCE	ELECTRO PROYECTOS AMERICA	RODOLFO CAIRA CHURA	CALLE SUCRE 400 INT 06	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
65	3283895	COMERCIO	462	462	473	460	503	449	452	■		BRONCE	PLAYA GILOZAV	MARIA AMPARO VILLENA DE LOZA	CA PIZARRO 210	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
68	3514004	COMERCIO	389	500	505	467	521	492	424	■		BRONCE	SANTA NATURA	LEONCIO LEUCADIO TAPIA MAMANI	SAN CAMILO 512 A	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
74	3514639	COMERCIO	46	278	505	406	467	441	374	■		BRONCE	CERRAJERIA SARAHI	SALOMINA SARA TAYA HUISACAYNA	CALLE CORBACHO 200-B	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
91	3503860	COMERCIO	155	124	116	150	215	232	263	■		BRONCE	JOYERIA BAZAR MILAGROS	MILAGROS VICTORIA CUEVA GONZALES DE	CL. NUEVA N° 209 LOCAL 106 1ER PISO	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
95	3513662	COMERCIO	259	232	265	186	284	286	254	■		BRONCE	KAITA	MILTON JOSE MURIEL ALMANZA	CALLE LA MERCED 202	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
98	3511774	COMERCIO	324	303	183	136	266	210	236	■		BRONCE	MINIMARKET EL FILTRO	OLGA CANDELARIA MONTALVO COLCA	CALLE EL FILTRO 400 - A3	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
99	3515285	COMERCIO	-	29	278	387	381	397	235	■		BRONCE	SEÑOR DE COYLLORYTI	LIDIA HUAMAN PEREZ	AV. SALAVERRY N° 211	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA
102	3475891	COMERCIO	0	0	0	1	288	879	208	■		BRONCE	DÓSCAR	ESTELA HORTENCIA VALENCIA VALENCIA	CALLE SAN JUAN DE DIOS 516 INT 214	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA

Anexo 5 Resultado de la investigación

Los resultados de la investigación están anexados en el CD

- Tarifario de operaciones autorizadas para atender en el agente Multired.
- Herramientas digitales utilizadas en nuestra investigación:
 - **Forms:** Se utilizó para realizar las encuestas,
<https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx#FormId=NGymxLcrH0WL4bLCakMBWHtmtdE60hllugmpW7jM65BUN1U4N0FSM0M3MEdWQkJTWDUyNzRXRUNGVS4u&Token=69da548296724cdaaf39c3f05146ccc8>
 - Respuestas de Forms:
<https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx#Analysis=true&FormId=NGymxLcrH0WL4bLCakMBWHtmtdE60hllugmpW7jM65BUN1U4N0FSM0M3MEdWQkJTWDUyNzRXRUNGVS4u&Token=69da548296724cdaaf39c3f05146ccc8>
- Resultados de la encuesta en archivo Excel